تحرير

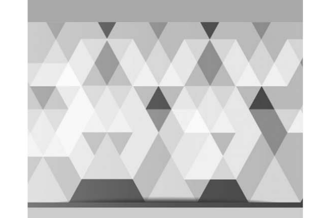
أ.د. محمد قيراط   د. نور الدين الميلادي

الإعلام والأزمات

فن التلاعب والتضليل والدعاية



مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع


الإعلام
والأزمات
فن
التلاعب
والتضليل
والدعاية





الإعـــلام والأزمات

فن التلاعـب والتضليل والدعـاية

الأستاذ الدكتور محمد قيراط

الدكتـــور نور الدين الميـــلادي

الطبعة الأولى 1437 هـ 2016 م



Al- Falah Books
For Publishing And Distribution
Kuwait, UAE, Egypt, Jordan

دولة الكويت

حولي، شارع بيروت، عمارة الأطباء

هاتف 2264 1985 فاكس 7784 2264 00965

ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة

العين: ص.ب 16431 هاتف 2189 766 فاكس 7901 765 3 00971

دبي: ص.ب 20438 هاتف 0618 263 فاكس 0628 263 4 00971

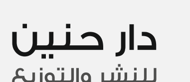
جمهورية مصر العربية

37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2 ، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة

هاتف 8143 2262 فاكس 6587 2263 02 002

e-mail:alfalah.cairo1@gmail.com

المملكة الأردنية الهاشمية



185 شارع الملك الحسين – العبدلي

هاتف 5611 569 فاكس 1208 568 6 00962

ص.ب 927385 عمان 11190 الأردن

e-mail: dar.honin@gmail.com

فهـــرس المحتويـــات

تقديم

يعيش العالم في عصر تنتشر وتتكاثر فيه الأزمات بمختلف أنواعها وأشكالها وفي مختلف مناطق العالم، وفي ظروف صعبة يسودها التعتيم والتضليل والتشويه والأفكار المسبقة والصور النمطية وصراع الثقافات والحضارات والعنصرية والجهل وثقافة إقصاء الآخر والصراع المحتدم على الصورة والرأي العام. الأمر الذي جعل الفرد في المجتمع يتساءل عن مصداقية ما يشاهده ويسمعه ويقرأه. أين هو الحياد والموضوعية والأخلاق في تغطية وسائل الإعلام لما يجري في مصر وفي سوريا وفي أنحاء عديدة من العالم. أين هو الصدق وأين هو التهو يل؟ أين تكمن الحقيقة وأين هي الدعاية؟ ما هو دور الإعلام في مثل هذه الحالات؟ هل تتحول وسائل الإعلام في زمن الحروب والأزمات إلى وسائط لإثارة الفتنة والتهو يل والتضخيم والتسيّيس والتلاعب بدلا من تنوير وتثقيف وتوعية الرأي العام بهدف الحوار والنقاش والتفاهم وإطفاء نار الضغينة والحقد والكراهية.

تعاني دول العالم اليوم من صراعات ونزاعات عنيفة وحروب وأزمات عديدة ومختلفة كثورات الربيع العربي، والإرهاب والأزمة المالية العالمية؛ أزمات تتسم كلها برهانات وانعكاسات وخيمة جدا تمس الفرد والمجتمع والدولة. فالأزمات طالت كل مجالات الحياة وأدت إلى إعادة تشكيل العلاقات بين الأمم والدول والشعوب وفق عوامل ومعطيات يعجز الأفراد والمؤسسات وحتى الأنظمة على التحكم فيها. كيف تتعامل وسائل الإعلام مع الأزمات المختلفة؟ وهل أداؤها في هذه الظروف يختلف عن أدائها في الأو قات العادية؟ هل تكتفي وسائل الإعلام بتغطية الأزمة؟ أم تسعى إلى تقديم حلول لها أم أنها تسّيسها وتستغلها لتحقيق أهداف ومصالح معينة؟ هل تواجه المؤسسات الإعلامية ضغوطا معينة عندما تتعامل مع الأزمات؟ هل هناك قرارات أخلاقية يلجأ القائمون على المؤسسات الإعلامية إلى اتخاذها نظرا للرهانات والانعكاسات العديدة التي تتميز بها كل أزمة؟ أم أن المؤسسات الإعلامية أصبحت طرفا في الحروب والأزمات والصراعات والثورات وأصبحت وسائل للتلاعب والتضليل والدعاية بدلا من البحث عن الحقيقة لإقرار السلم والأمن والأمان من خلال الحوار والنقاش والتسامح والتكامل من أجل غد أفضل.

يسعى كتاب "الإعلام والأزمات. . . فن التلاعب والتضليل والدعاية" إلى الإجابة على الأسئلة السابقة ودراسة الأزمة التي يتخبط فيها الإعلام الدولي أثناء تغطيته للأزمات ومحاولة استقصاء ازدواجية المعايير المهنية التي تنتهجها العديد من المؤسسات الإعلامية في الغرب والشرق. إذ يعرض الكتاب 15 ورقة علمية تم عرضها ومناقشتها في المؤتمر الثاني لقسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم، جامعة قطر والذي أنعقد في 29–30 أبريل 2014. تستعرض الدراسات التي يحتويها هذا الكتاب بالدراسة والتحليل كيفية تعامل وسائل الإعلام المختلفة مع الأزمات واستعمالها لطرق ووسائل ومعايير قد تتناقض جملة وتفصيلا مع معايير الموضوعية والحياد والمهنية.

في دراسته عن الإدارة الإعلامية الأمريكية لحرب الخليج الثالثة يرى الأستاذ الدكتور محمد قيراط أن وسائل الإعلام الأمريكية تخلت عن وظيفة الاستقصاء والمراقبة والمساءلة ودور "كلب الحراسة" والكشف عن الحقائق ومبدأ الموضوعية والحرفية والحياد وانحازت للبنتاغون، الذي تحول إلى وزارة إعلام تتحكم في التغطية الإعلامية للحرب، وفق ما يناسب ويتناغم مع أهدافه. وهكذا انحاز الإعلام الأمريكي أثناء حرب الخليج الثالثة للقوى العسكرية والسياسية والمالية التي كانت وراء الحرب والمستفيدة منها.

يناقش الدكتور الميلادي في دراسته تطور شبكات التواصل الإجتماعي في تونس بعد ثورة 14 يناير 2011 والدور المحوري الذي لعبته في فتح هامش حرية التعبير على مصراعيه. إذ مثّل هذ الحدث التاريخي نقطة فاصلية في تاريخ تونس الحديث وشمل كل جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية. خلصت الدراسة إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي مثلما أُستخدمت بشكل فعال في صناعة الثورة، بامكانها أن تلعب دورا استراتيجيا في الانتقال الديمقراطي الذي تطمح إلى تحقيقه تونس قيادة وشعبا.

توصل الأستاذ الدكتور أديب خضور في دراسته عن تقييم أساتذة الإعلام والاتصال العرب لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية 2011–2014إلى " أن الجزيرة لا تقدم تغطية متوازنة لجميع جوانب وأطراف الأزمة، وأنها لا تلتزم بالمعايير المهنية–الاحترافية للتغطية الإخبارية، وتقف موقفاً متحيزاً، وتلون كل ما تقدمه عن الأزمة السورية وتوجهه ليتناسب مع موقف مسبق ومحدد من الأزمة هو

موقف الحكومة القطرية، وأن الهدف الإستراتيجي الذي تسعى إلى تحقيقه هو إقامة دولة إسلامية في سورية، وأن التغطية التي تقدمها أثرت سلبياً على الممارسة الإعلامية العربية في مجال إعلام الأزمات، وعلى الجزيرة نفسها، إذ أضعفت مصداقيتها، وعززت تبعيتها للحكومة القطرية، وأن غالبية المبحوثين، من مختلف الاختصاصات والاتجاهات الفكرية، يقفون موقفاً معارضاً من كيفية تغطية الجزيرة للأزمة السورية".

خلص الدكتور أشرف جلال من خلال دراسته "دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي حول الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (تونس - مصر- اليمن - ليبيا - سوريا)" إلى أن هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين أراء الجمهور نحوالثورات العربية نتيجة لتوافر عاملين أساسيين وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، وثبت وجود أثر للنوع والجنسية في استخدام الشبكات الاجتماعية عند الجمهور العربي في تشكيل الرأي العام حول الثورات العربية، في حين لم يثبت وجود فروق ترجع للسن أو التعليم، كما ثبت وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة، وثبت وجود علاقة بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحوالثورات العربية، وظهر وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي اعتمدوا عليها في تكوين أرائهم عن الثورات العربية.

استعرض الباحثان الأستاذ الدكتور عمر عسوس والدكتور رضوان سلامن في دراستهما "النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية نحوأنموذج متكامل ومستمر"النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية وأكدوا على أن وسائل الإعلام تعد المصدر الرئيس للمعلومات في الأحداث الكبرى للكوارث. ومن خلال ما تبثه يتم متابعة جل مراحل الكارثة من قبل الرأي العام، لذلك تستطيع وسائل الإعلام المساهمة في إدارة الرأي العام، أثناء وقوع الكوارث البيئية والإنسانية من خلال توجيه قطاعات الرأي العام.

من خلال دراسته "إدارة الأزمات الاتصالية من منظور نظرية اتصال الأزمة الموقفي: أزمة بريتش بتروليوم أنموذجا" يستنتج الدكتور خالد زعموم أنه بعد أن

عانت الشركة من ضعف كبير في إدارة الأزمة اتصاليا استطاعت أن تتدارك الأمر في الأخير وتبنت إستراتيجية اتصالية وإعلامية جديدة أكثر وضوحا وإقناعا؛ لأنها تميزت بالتنويع في توظيف وسائل الاتصال والإعلام من جهة، والتركيز على خطاب واضح مفاده أن بي بي تملك خطة واضحة لإعادة تأهيل الشواطىء والقضاء على البقعة النفطية من جهة أخرى، كما ركزت على برامج المسؤولية الإجتماعية وخدمة المجتمع المحلي.

خلص الدكتور يامين بودهان في دراسة "الاستراتيجيات الإعلامية لإدارة الأزمات المالية :دراسة تطبيقية على مؤسستي BNP Paris Bas وSociété G" أن أساس نجاح استراتيجيات الاتصال أثناء الأزمات الحادة، كالأزمة المالية التي شهدها العالم مؤخرا وخلقت ذعرا وهلعا كبيرين هو الاهتمام أساسا بالتواصل المباشر والجريء مع المجتمعات والجماهير، والتعامل معها عن قرب وبكل شفافية، فالاتصال الجواري كفيل بأن يلعب دوراً حيوياًفي إدارة الأزمة الماليةالعالمية، خصوصاً وأن "المشكل النفسي" يظل لاعباً خطيراً في حالة التوتر التي تسودالعالم اليوم. هنا يأتي دور التواصل الإيجابي مع الإعلام، تواصل مبني على حقائق وأرقام تعكس الحالة الاقتصادية الحقيقية التي هي عليها المؤسسة، بغض النظر عن إيجابية أو سلبية الواقع، من المسؤولية أن يتواصل مسئولو القطاعات المصرفية والمالية مع الناسفي مجتمعاتهم للمساعدة في فهم ما يجري.

من أهم استنتاجات الدكتور مصطفى بخوش في بحثه "الإعلام والإرهاب. . .أية علاقة؟ وأي مستقبل؟ " أن هناك علاقة غير صحية بين جماعات من الأفراد، والحكومات، ووسائل الإعلام والرأي العام، حيث أن جميع التفاعلات الناتجة عن هذه العلاقة لا يمكن فهمها إلا كجزء لا يتجزأ من هذه العلاقة وأن كل طرف ينظر إلى وسائل الإعلام من منظور مختلف ومصالح متضاربة.

تناول الدكتور بوعمامة والأستاذة لمجد في بحثهما "الإعلام وإدارة الأزمات: الإعلام الأمريكي نموذجا" بالدراسة والتحليل اليومية الأمريكية الدولية International Herald Tribune لدراسة كيفية إدارة هذه الصحيفة لأزمة الخليج الثالثة من خلال ما بثته من مضامين أثناء الحرب من بدايتها في 21 مارس 2003 إلى 10 أفريل 2003، تاريخ اليوم الثاني لاحتلال بغداد. من أهم نتائج الدراسة شخصنة الحرب من خلال ربطها بأشخاص معينين حيث غلبت على المحتوى الأخبار ذات الاتجاه

المعارض للسلطة العراقية ورموزها يتقدمها على وجه الخصوص الرئيس صدام حسين. فقد تم تقديم الحرب على أنها ضد الرئيس صدام حسين كشخص وضد بعض مقربيه وليست ضد الشعب العراقي. كما اتسمت التغطية بنزع الصفة الإنسانية عن العدووتصويره كنموذج للشر المطلق ونمذجته من خلال "وحشية" صدام حسين، و"بربرية" أبنائه، و"ستالينية" نظامه، ولجوء قواته إلى استهداف وقتل المدنيين، واستخدام الخدع كالتخفي في ثياب المدنيين، واعتماد التكتيكات والأساليب الإرهابية كالتفجيرات الانتحارية.

استنتج الدكتور منصور لخضاري في بحثه "التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب: دراسة حالة الجزائر" أن الجزائر حاولت بقدر إمكاناتها صياغة سياسة إعلامية أمنية في مستوى غيرها من السياسات الأمنية المنتهجة في سياق مكافحة الإرهاب، غير أن تركيزها على العمل السياسي والميداني جعلها تهمل سياستها الإعلامية الداخلية وتركز على الجهو د الدبلوماسية. فسياستها الأمنية الإعلامية كانت موجهة للداخل أكثر منها إلى الخارج. في دراسته عن "دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي حول الثورات العربية دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (تونس - مصر - اليمن - ليبيا- سوريا)"، خلص الأستاذ الدكتور أشرف جلال إلى أن هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي المشارك وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية.

من أهم نتائج دراسة الدكتور عبد الصادق حسن عبد الصادق عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات عن أحداث التغيير السياسي في مصر ما يلي: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها فيالحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي. توجدعلاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بينالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لهم. عدم وجود علاقة بين تأثيرات اعتماد أفراد الجالية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

تناول الدكتور إبراهيم محمود المصري "دور العلاقات العامة في معالجة الأزمات الفلسطينية : دراسة حالة لأزمة انقطاع الكهرباء" . ومن أهم النتائج التي توصل إليها: أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة، ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهو ر تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي ,ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام. كما كانت المؤتمرات الصحفية التي تعقدها شركة توزيع الكهرباء من أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في أزمة انقطاع الكهرباء، يليها الإعلان، ثم الإذاعة، ثم التلفزيون، ثم مواقع التواصل الاجتماعي.

تناول الدكتور جهاد الغرام موضوع معالجة الصحافة المكتوبة الجزائرية للعشرية السوداء (أزمة الإرهاب 1990–2000) ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الأو ضاع الأمنية خلال العشرية السوداء قد أثرت كثيرا على الممارسة المهنية للصحفيين الناشطين في الصحافة المستقلة الجزائرية، بالإضافة إلى معاناة الصحفي من القيود المفروضة عليه. فأغلبية الصحفيين أرغمت على الالتزام من أجل تجنب التصفية الجسدية أو التعذيب أو السجن.

في بحثه "توظيف الفضائيات التلفزيونية لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي للتحريض على العنف والكراهية: المشهد العربي "الربيع العربي" أنموذجا" ، خلص الدكتور أعمر يوسفي إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي مهمة في حياة حرية التعبير وفتح المجال للحوار والنقاش، لكن إمكانية توظيفها بالشكل السلبي أصبح واقعا لا يمكن الإغفال عنه. كما أن توظيف الفضائيات لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحة ذلك المحتوى يمكن أن يؤدي الى نتائج وخيمة تكون انعكاساتها سلبية على الجمهور والرأي العام محليا ودوليا.

"تحولات المشهد السمعي البصري العربي بعد ثورات الربيع العربي" هو الموضوع الذي تناولته الدكتورة مي عبد الغني بالدراسة والتحليل ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة بروز بيئة اتصالية جديدة تعمل إلى جانب البيئة الاتصالية السابقة – استحداث قوانين جديدة تتسم بالعمومية تنظم عمل تلك الوسائل إضافة إلى استمرار العمل ببعض القوانين السابقة التي لم تواكب آلية عمل تلك الوسائل – توسيع الملكية الخاصة للوسائل السمعية البصرية بحيث أصبحت تضم فاعلين جدد لم يكونوا موجودين من قبل– ارتفاع سقف الحرية في الأداء الإعلامي لتلك

الوسائل شكلا ومضمونا. كما أكدت نتائج الدراسة تصاعد نفوذ القطاع الخاص في ملكية الوسائل السمعية البصرية الفضائية مقابل تراجع القطاع العام ?هيمنة البث الفضائي على حساب البث الأرضي - تفوق أداء الوسائل السمعية البصرية الخاصة على نظيرتها التابعة للقطاع العام.

تناولت الأستاذة فطيمة بوهاني موضوع أهمية المعلومة في إدارة أزمة فيضانات مدينة غرداية الجزائرية سنة 2008. من أهم نتائج الدراسة، ضرورة تحرّر الإدارة الجزائرية من عقدة استخدام الاتصال النازل فقط، وضرورة مدّ جسور التواصل لتفعيل العملية الاتصالية في الاتجاهين - النازل والصاعد والتخلي عن سياسة تهميش الجمهور وعدم تزويده بالمعلومات اللازمة والضرورية التي يحتاجها أثناء الأزمات. كما أوصت الباحثة بالتخلّي عن النظرة القاصرة والمقزّمة لطبيعة عمل العلاقات العامة وللعاملين بها خاصة أنّها أصبحت من الإدارات الاستراتيجية لتوفير وضمان الاتصال الناجح في المنظمة.

عالج الأستاذ حمزة أبوشنب إشكالية استخدام الحرب النفسية من قبل الصحافة الاسرائيلية أثناء حرب الرصاص المصبوب 2008-2009. خلصت الدراسة إلى أن الصحافة الإسرائيلية لعبت دوراً هاماً في الحرب النفسية على الجبهة الداخلية والخارجية، فعلى الصعيد الداخلي صورت قوة الجيش وعظمته في ردع الطرف الفلسطيني، وبررت كافة التبريرات لعمليات القتل والمجازر التي ارتكبت بحق المدنيين الفلسطينيين، وهدم المساجد والبيوت واستهداف المؤسسات الدولية، كما عملت على رفع الروح المعنوية للمجتمع الإسرائيلي، وانسجمت مع الحكومة في كافة الخطوات العسكرية والسياسية، كما صورت الجيش بأنه جيش أخلاقي يقود معركة فُرضت عليه، وقدمت إسرائيل على أنها التي تدافع عن نفسها ضد جماعة إرهابية. وعلى صعيد الفلسطينيين عملت الصحافة على تشويه الخصم من خلال إظهار حركة حماس كحركة إرهابية متطرفة وحمّلتها مسئولية الحرب على غزة، وأرسلت رسائل للمجتمع الفلسطيني بأن المشكلة مع حماس وليست مع الشعب الفلسطيني، كما روجت لهروب قيادات حماس من المعركة والاختباء بين المدنيين وفي المستشفيات.

المحرران

الدوحة في 2014/10/12

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في معالجة أزمة انقطاع التيار الكهربائي المستمرة في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين ,والتعرف على الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة للوصول للجمهو ر المستهدف ومدى كفايتها ,وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في الدراسة ,واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لكافة العاملين بإدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء في المحافظات الجنوبية موزعين على المقر الرئيسي للشركة والفروع الخمس في المحافظات الجنوبية وعددهم 12 مبحوث.

ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة : إن الإدارة العليا لشركة توزيع الكهرباء تعتمد أحياناً وبنسبة كبيرة على إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء.

أشارت الدراسة أن أهم أسباب أزمة انقطاع الكهرباء هو إغلاق المعابر والحصار المفروض على المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين منذ عام 2006م ,ثم بسبب قصف الكيان الإسرائيلي لمحطة توليد الكهرباء والانقسام السياسي بين حركتي حماس وفتح ,ثم بسبب زيادة الاستهلاك وعدم تحديث شبكات الكهرباء منذ فترة طويلة. أوضحت الدراسة أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة ,ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي ,ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام. أوضحت الدراسة أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة ,ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي ,ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام. بينت الدراسة أن المؤتمرات الصحفية التي تعقدها شركة توزيع الكهرباء من أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في أزمة انقطاع الكهرباء ,ثم يأتي بعد ذلك الإعلان ,ثم الإذاعة ,ثم التلفزيون، ثم مواقع التواصل الاجتماعي في الدرجة الأخيرة.

1

البحث الأول

الإدارة
الإعلامية الأمريكية
لحرب الخليج الثالثة

أ.د/محمد قيراط

قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم

جامعة قطر

ملخص:

تعتبر الإدارة الإعلامية للأزمات من القضايا البالغة الحساسية والأهمية نظرا للرهانات والتحديات التي تحتويها وتواجهها كل أزمة. كما تلعب وسائل الإعلام دورا استراتيجيا ومحوريا في نقل وقائع الأزمة إلى الرأي العام. فغالبا ما يكون هناك تلاعب وتضليل وتعتيم بحيث تصبح تغطية الأزمة جزءا من الأزمة نفسها. بالنسبة للحروب أصبحت وسائل الإعلام جزءا لا يتجزأ منها ومن إستراتيجيتها، فالحرب بدون تلفزيون لا تعتبر حرب، والحرب بدون دعاية وحرب نفسية لا تعتبر حرب والحرب بدون علاقات عامة وتصريحات وبيانات صحفية وتقارير، لا يكتب لها النجاح. فالحرب يجب كسبها في العقول والرأي العام قبل كسبها في الميدان.

تستعرض هذه الدراسة الإدارة الإعلامية الأمريكية لأزمة حرب الخليج الثالثة (الحرب على العراق 2003). كيف أدارت أمريكا الحرب إعلاميا؟ وما هي الأساليب والاستراتيجيات التي استعملتها في التعامل إعلاميا مع الحرب؟ وما هي الخصائص التي ميزت هذه التغطية؟ أتسمت التغطية الإعلامية الأمريكية لأزمة حرب الخليج الثالثة بعدة آليات من أهمها: فرض الرقابة على وسائل الإعلام من خلال تجنيد الصحافيين وإلحاقهم بالوحدات العسكرية الأمريكية تحت مظلة البنتاجون embedded journalists، والتحكم ومراقبة كل ما يُبث ويُرسل. كما استعملت السلطات الأمريكية تقنية الإيجاز الصحفي Press Briefing حيث كانت تنظم أربعة إيجازات في اليوم: الأو ل في البنتاغون والثاني في البيت الأبيض والثالث في وزارة الخارجية والرابع في المركز الإعلامي بالقاعدة العسكرية الأمريكية بالسيلية في قطر بهدف تقديم انتصارات القوات الأمريكية في ميدان الحرب والرد على الحرب النفسية والحملات الدعائية الموجهة ضدها. كما تميزت التغطية الإعلامية بالعمل وفق مبدأ المواطنة Patriotism والانحياز لمبدأ الدفاع عن المصالح القومية والأمن القومي. ونتيجة لكل هذا تخلت وسائل الإعلام الأمريكية عن وظيفة الاستقصاء والمراقبة والمساءلة ودور كلب الحراسة والكشف عن الحقائق ومبدأ الموضوعية والحرفية والحياد وانحازت للبنتاغون، الذي تحول إلى وزارة إعلام تتحكم في التغطية الإعلامية للحرب، وفق ما يناسب ويتناغم مع أهدافه. وهكذا انحاز الإعلام الأمريكي أثناء حرب الخليج الثالثة للقوى العسكرية والسياسية والمالية التي كانت وراء الحرب والمستفيدة منها.

البحث الأول

الإدارة الإعلامية الأمريكية لحرب الخليج الثالثة

مقدمة

تشكل الأزمات والحروب في معظم الأحيان تداعيات كبيرة وتحديات جسيمة لوسائل الإعلام لأن ظروف الحروب والأزمات تختلف عن الظروف العادية. فالأزمة عادة تتميز بالرهانات الكبيرة وباختلاف في الأطروحات ووجهات النظر ناهيك عن المصالح المتضاربة والمتشابكة والمتداخلة بين الدول والأمم والشعوب. كما تتداخل عوامل الذاتية والمصالح القومية والوطنية مع الموضوعية والمهنية والأخلاق. ففي وقت الحروب والأزمات يحرص الصحفيون على إنجاح السياسة الوطنية لبلدهم وينحازون بطريقة أو أخرى إلى أطروحات الساسة والعسكريين بشأن الحرب.

شكلت التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة تحديا واختبارا كبيرين للولايات المتحدة الأمريكية التي تعلمت الدروس من تجاربها السابقة في فيتنام (1966–1975) وجزيرة جرانادا (1983) وبنما (1989) وحرب الخليج الثانية (1990–1991). الإدارة الإعلامية للحرب أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحرب نفسها والتحكم في تغطية الحرب وتقديمها للجمهو ويعتبر عاملا أساسيا في كسب الحرب. تحاول هذه الورقة استعراض الطرق والوسائل والمناهج التي استعملتها الولايات المتحدة الأمريكية في إدارة تغطية حرب الخليج الثالثة. استفادت أمريكا من تجاربها السابقة وخاصة حرب الخليج الثانية (1990–1991) وفرضت رقابة صارمة على وسائل الإعلام المتواجدة في العراق كما تحكمت في محتوى ما كان يقدم للشعب الأمريكي وللعالم بأسره. لجأ

البنتاغون والقيادة العليا للعمليات إلى تقنيات عديدة ومختلفة للإدارة الجيدة للتغطية الإعلامية لمجريات الأحداث في جبهات القتال وعلى المستوى السياسي والدبلوماسي.

تحاول هذه الورقة استعراض وسائل التحكم والرقابة التي استعملتها الولايات المتحدة للتعامل مع التغطية الإعلامية للحرب ليس على وسائل الإعلام الأمريكية فقط وإنما على وسائل الإعلام العالمية كذلك. كما تناقش الورقة انعكاسات الإدارة الإعلامية الأمريكية للحرب والتي تمثلت أساسا في اختراق مبدأ الموضوعية، والنزاهة والحرفية وممارسة التلاعب والتشويه والتضليل والدعاية والحرب النفسية.

فبإستعمال الدعاية والحرب النفسية والدبلوماسية العامة استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية كسب الرأي العام الأمريكي وجزء كبير من الرأي العام الغربي، لكنها فشلت في كسب الرأي العام الدولي.

الإشكالية

أصبحت القدرة على جمع وإيصال ومعالجة وحماية المعلومة هي المحدد الرئيسي للقوة العسكرية. إلى أي مدى استطاعت أمريكا أن تتحكم في التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة؟ وهل استطاعت أن تكسب حرب المعلومة والرأي العام؟

لقد استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تكسب معركة الرأي العام الداخلي لكنها فشلت فشلا دريعا في كسب الرأي العام الدولي الذي رفض الحرب وأبدى مواقف الكراهية والمعاداة للحرب الأمريكية على العراق وللسياسة الخارجية الأمريكية في العالم.

أسئلة البحث:

س1: ما هي السبل والطرق التي استعملتها أمريكا في إدارة التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة؟

س2: كيف استعملت أمريكا الدعاية والحرب النفسية لكسب المعركة الإعلامية وبذلك الرأي العام؟

س3: كيف وظفت الإدارة الأمريكية للتغطية الإعلامية للحرب الإيجازات الصحفية والانترنيت والدبلوماسية العامة والعلاقات العامة والعلاقات مع وسائل الإعلام لتغطي الحرب وفق ما تقتضي مصالحها وأهدافها؟

س4: كيف استخدمت أمريكا الجنرالات والتقنيات الحديثة للبث التلفزيوني المباشر والتغطية المباشرة للحرب لكسب الرأي العام؟

س5: هل كسبت أمريكا معركة الرأي العام والحرب النفسية؟

المنهجية

أعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع وتحليل ومناقشة استراتيجيات العلاقات العامة والدعاية التي استخدمتها أمريكا في إدارة التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة. ولتحقيق هذا الهدف عالج الباحث بالدراسة والتحليل المحاور التالية: خصائص الإعلام أثناء الأزمات، إدارة الإعلام أثناء الأزمات،التجارب السابقة، الحرب النفسية ومعركة الرأي العام، استراتيجيات الدعاية والحرب النفسية، الإدارة الإعلامية الأمريكية للحرب، الدعاية على الانترنت وأخيرا نتائج الإدارة الإعلامية لحرب الخليج الثالثة والتي تمثلت في كسب معركة الرأي العام الداخلي، والفشل الذريع في كسب معركة الرأي العام الدولي.

خصائص الإعلام في الأزمة الخارجية

تتميز الأزمة الخارجية بتأثيراتها الكبيرة وانعكاساتها المهمة وغالبا ما تساهم في إفراز الوفاق الاجتماعي وتعمل على حشد الجماهير والقوى وراء الأهداف الوطنية المحددة للصراع. ففي زمن الأزمات والحروب تتزايد أهمية الدور الوسيطي لوسائل الإعلام حيث تجد نفسها أمام مهام إستراتيجية كتقديم المعلومات وشرح ماهية الأحداث ومغزاها وخباياها وكذلك العمل على بناء الوفاق الاجتماعي وتهدئة الأجواء وطمأنة الرأي العام. في هذا الموضوع تقول الدكتورة مصطفى:

في وقت الحروب والأزمات يتحرك الصحفيون داخل إطار محكم من السرية والأمن نظرا للدور الذي يلعبونه كأداة من أدوات نجاح السياسة الوطنية لدولتهم، فوسائل الإعلام وبالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية في وقت الحروب والأزمات تضطلع بمسئولية مزدوجة، فهي في جانب من عملها تسعى لتحقيق أهداف الأمن الوطني (National Security)، وفي الجانب الآخر تسعى هذه الوسائل إلى تأكيد الحرص على القضايا المدنية. (مصطفى، 1997: 24)

كما تؤدي الأزمة بوسائل الإعلام إلى تدعيم الوفاق الوطني وتخفيف التوتر وتزداد عملية الاهتمام والتركيز على وسائل الإعلام. لأن الأزمة بدون إعلام تتعرض للتشويه والتضليل والتعتيم والالتباس... الخ. وفي بعض الحالات تتعرض وسائل الإعلام إلى تحجيم ومراقبة وتقليص نفوذها. الأزمة تولد اهتمام وسائل الإعلام بها كما تفرز اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام واللجوء إليها للحصول على المعلومات والتحليلات والتعليقات. فينجم عن الأزمة الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام وكذلك الإقبال الكبير على استهلاكها. (خضور، 1999: 67). وهذا ما يجعل البعد الإعلامي لأية أزمة مهم ومحوري واستراتيجي. لأن وسائل الإعلام هي التي توفر المعلومات والتحليلات والتعليقات والآراء ووجهات النظر عن الأزمة للجمهور حتى يأخذ موقفه من الأزمة وبذلك يبلور رأيه حولها.

إدارة الإعلام أثناء الأزمات

خلال الأزمات هناك ثلاثة أنواع من الممارسات الإعلامية:

1. الإعلام الناقل: وهو الذي ينقل ما يرد إليه من المصادر العسكرية والسياسية كما هو. وفي هذه الحالة فإن المصدر سواء كان عسكريا أم سياسيا يصبغ التصريحات والبيانات والمعلومات وفق ما يخدم مصالحه ورؤاه وأهدافه. وهنا يكون الإعلام ضحية التلاعب والاستغلال والابتزاز خاصة إذا وُضعت قيود وشروط على الإعلاميين ومراسلي الحرب للتحرك والتنقل بحرية.

2. الإعلام الراصد أو الواصف: في هذه الحالة يقوم الإعلام برصد ووصف ومتابعة الأحداث وتطوراتها كما هي في الواقع. وقد يحدث التوظيف السياسي للتغطية الإعلامية في هذه الحالة من قبل المؤسسة الإعلامية أو الإعلامي ومراسل الحرب نفسه باسم المصالح القومية والأمن القومي والأمن والاستقرار الدوليين وحماية حقوق الإنسان والديمقراطية... الخ.

3. إعلام الرأي: يتجاوز الإعلام في هذه الحالة مرحلة النقل والرصد والوصف إلى مرحلة التحليل والتعليق وقراءة الحدث وفق خلفية محددة ووجهة نظر يؤمن بها. فالإعلام في هذه الحالة يعمل على تأكيد رأيا أو اتجاها معينا. وفي هذه الحالة كذلك قد ينحاز الصحفي بطريقة أو بأخرى لطرف أو أخر في الحرب

حسب معطيات عديدة من أهمها خلفية الصحفي نفسه والخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية والأيديولوجية التي يؤمن بها الصحفي، إلى غير ذلك من العوامل الذاتية والموضوعية. (مصطفى، 1997: 16-17).

التجارب السابقة

في حرب فيتنام حرصت وسائل الإعلام الأمريكية على إبراز رفض الشعب الأمريكي للحرب وبذلك ركزت على الحقوق والحريات المدنية. وهنا نلاحظ انحياز وسائل الإعلام الأمريكية إلى جانب الشارع الأمريكي وإلى مئات الآلاف من المتظاهرين ضد الحرب. فسارعت القنوات التلفزيونية لنقل الحرب إلى مجالس الأمريكيين كما هي، بل تفننت كاميرات التلفزيون في نقل صور الدمار والخراب وبشاعة الحرب والضحايا من الجانبين وخاصة الجانب الأمريكي. وهكذا نجحت وسائل الإعلام الأمريكية في تعبئة الرأي العام والشارع ضد التدخل الأمريكي في فيتنام من خلال التركيز على سلبيات الحرب وإبراز معارضة الرأي العام لها، وتركيز التغطية الإعلامية على التناقض بين ما يتناقله العسكريون من أخبار النصر والتفوق والقضاء على العدو وبين حجم الخسائر في الأرواح وفقدان الشباب الأمريكي بالعشرات كل يوم. اعتمدت وسائل الإعلام الأمريكية كذلك على العناصر المؤثرة والعناصر العاطفية المحركة لمشاعر الجماهير.

وهنا نلاحظ الفجوة الكبيرة بين الإستراتيجية الأمريكية للحرب وبين الإستراتيجية الإعلامية للحرب. فالإدارة الأمريكية لم تعرف كيف تدير وسائل الإعلام وكيف توظف العلاقات العامة لكسب الرأي العام الأمريكي. وبذلك كسب الرأي العام الأمريكي المعركة وهزم السياسيين والعسكريين وكان المحدد الرئيسي في هذه المعركة وسائل الإعلام. فالحرب الأمريكية في فيتنام كانت بمثابة الفشل الذريع للسياسة والدبلوماسية الأمريكية في التعامل مع الحرب حيث أن أمريكا، وهي ديمقراطية يلعب فيها الرأي العام دورا محوريا في صناعة القرار، لم تستطيع أن تحقق تناغما بين الساسة والعسكريين من جهة والآلة الإعلامية من جهة أخرى، وكانت النتيجة في نهاية المطاف خسارة الحرب والفشل الذريع في كسب الرأي العام. فالعلاقة بين العسكريين والسياسيين من جهة وبين الإعلاميين من جهة

أخرى كانت علاقة تضاد ومنافسة ومراقبة وتحدي. فالبنتاغون لم يعرف كيف يوّظف العلاقات العامة والدبلوماسية العامة والدعاية للتعامل مع وسائل الإعلام وكسبهم لصفه وخدمة رؤية للحرب وتداعياتها.

تعلمت أمريكا الدرس من فيتنام واختلف الوضع تماما بالنسبة للإدارة الإعلامية للحرب خلال غزوها لجزيرة جرانادا عام 1983. فمنذ البداية وفرت الإدارة الأمريكية الجو النفسي والسيكولوجي للحرب واستعملت خطر الشيوعية وتحالف الجزيرة مع كوبا والقوى اليسارية في أمريكا اللاتينية وبحر الكرايبي. وهكذا تم تجنيد وسائل الإعلام في التعبئة النفسية للغزو وبذلك ركزت معظم وسائل الإعلام الأمريكية على التحذير من تدهو رالأوضاع في جرانادا. كما لجأت المؤسسات الإعلامية إلى التخويف من انتشار المد الشيوعي في الحديقة الخلفية لأمريكا. هكذا وقبل غزو الجزيرة استطاعت أمريكا تجنيد وسائل الإعلام إلى صفها ونجحت الإدارة العسكرية في غزو الجزيرة بدعم كبير من وسائل الإعلام. ففي جزيرة جرانادا استطاعت الإدارة الأمريكية أن تحقق تناغما وانسجاما كبيرين بين العمليات العسكرية والعمليات السياسية والتغطية الإعلامية للغزو متجنبة بذلك أية مقاومة أو معارضة. في هذا الشأن تقول الدكتورة مصطفى:

> ومن خلال تلك السيطرة الحازمة، نجحت الإدارة العسكرية للأزمة في أن تطوع إمكانيات الإدارة الإعلامية للأزمة، لصالح الأهداف السياسية والعسكرية. وبهذا تكون الولايات المتحدة طبقت، أثناء عملية الغزو العسكري المسلح لجزيرة جرانادا، المبدأ الرئيسي في معالجة مشكلة التعارض بين جهو د تحقيق الأمن الوطني، والحرص على تأكيد قضايا الحرية المدنية، وذلك من خلال العمل على وصول المعلومات الحقيقية إلى الرأي العام في الوقت وبالقدر الذي يناسب الموقف العسكري ومن خلال مصادر رسمية فقط، وهو المبدأ الذي حكم جميع عمليات التدخل العسكري المسلح للولايات المتحدة في مناطق أخرى من العالم في فترات لاحقة. (مصطفى، 1997: 27).

في بتما حققت الإدارة الأمريكية نجاحا باهرا في الإدارة الإعلامية للغزو حيث

حققت تناغما وانسجاما كبيرين بين الإدارة السياسية (البيت الأبيض ووزارة الخارجية) والإدارة العسكرية (البنتاغون والقيادة العسكرية) ووسائل الإعلام. وعملت الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة على توفير المادة الإعلامية اللازمة لتبرير الغزو الذي سماه الأمريكيون Just War – الحرب العادلة – تمثلت هذه المادة في الوثيقة القانونية والشرعية للغزووالتدخل في الشؤون الداخلية لدولة مستقلة بداعي الأمن القومي والدفاع عن النفس وحماية الديمقراطية. أثبتت التجارب سواء في جرانادا أو في بنما أن في وقت الأزمات والحروب تعتمد الإدارة الإعلامية للحرب على تحكم القيادة العسكرية ورقابتها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في المضمون الإعلامي أيا كان نوع الوسيلة الإعلامية. بالإضافة إلى الاعتماد على البيانات الصحفية التي يوزعها البنتاجون على الصحفيين.

في حرب الخليج الثانية (1990–1991) الحرب التي قادتها الولايات المتحدة الأمريكية في ظل القطبية الأحادية والنظام الدولي الجديد، ، استطاع البنتاغون من خلال سي. أن. أن. والآلية الجديدة التي تمثلت في المجمع الإعلامي Pool أن يدير الحرب إعلاميا بطريقة مهنية حيث أستطاع أن يتحكم من خلالها بالمحتوى والكم والكيف للأخبار والمعلومات التي كانت تُقدم للجمهور الأمريكي وللعالم. ففي حرب الخليج الثانية أُستعمل الإعلام كسلاح في المعركة حيث تحكم البنتاجون من خلال – المجمعات الإعلامية ?في اعتماد الصحفيين الذين يقومون بتغطية العمليات والأماكن الذين يزورونها وكذلك في مراقبة ما يقومون ببثه وإرساله إلى مؤسساتهم الإعلامية. كما اعتمدت التغطية الإعلامية للحرب على ما كان يقدمه البنتاجون من بيانات صحفية ومن تصريحات وتحليلات وتعليقات من قبل جنرالات أمريكيين متقاعدين. فحرب الخليج الثانية كانت حرب تلفزيونية بامتياز حيث استغلت أمريكا التطور الكبير في تكنولوجية البث المباشر ونقلت الحرب مباشرة من جبهة القتال إلى مجالس المشاهدين في جميع أنحاء العالم. وهنا نلاحظ التواطؤ الكبير بين البنتاجون وسي. أن. أن التي استغلت علاقاتها المتميزة مع البنتاجون لتنفرد بالتغطية الإعلامية للحرب وتقدمها لأمريكا وللعالم وفق أجندتها وكما تشاء.

اتسمت الإدارة الإعلامية للحرب من قبل الولايات المتحدة الأمريكية بتوفير

كما هائلا من الصور والمعلومات والتحليلات والتعليقات والتركيز على تبرير الحرب وتحرير الكويت وبذلك الدفاع عن المصالح الحيوية الأمريكية في الشرق الأو سط والدفاع عن الأمن والسلام العالمين. كما ركزت وسائل الإعلام الأمريكية على تقوية تعاطف الشارع الأمريكي مع وجود القوات العسكرية الأمريكية في السعودية والكويت بهدف الدفاع - درع الصحراء - وليس الهجوم وقتل الأبرياء والعزل. كما جُند الإعلام الأمريكي لتشكيل رأيا مناهضا لصدام حسين وتقديمه للرأي العام الأمريكي والعالمي على أنه دكتاتور ومعاد للديمقراطية والقيم الغربية وحقوق الإنسان وأنه يشكل خطرا على المصالح الأمريكية في المنطقة. ففي حرب الخليج الثانية أختلط الإعلام بالدعاية ولم يصبح هناك فاصلا بين الاثنين. وأصبح الجميع من سياسيين وعسكريين يوظف ويستعمل كل الطرق والوسائل لكسب معركة الحرب النفسية والدعاية والرأي العام. كما اعتمدت الإدارة الإعلامية لحرب الخليج الثانية على الإيجازات الصحفية وتصريحات الجنرالات واعتبار واعتماد البيانات الصحفية الصادرة عن القيادة العسكرية والبنتاجون كالمصدر الرئيسي والوحيد والموثوق فيه للأخبار عن ما يجري في جبهات القتال. كانت البيانات الصحفية الصادرة عن الجهات العسكرية منحازة للقيادة السياسية والعسكرية الأمريكية حيث كانت تروج لضرورة الحرب والحاجة إليها والدور الحضاري والديمقراطي لأمريكا في المنطقة. في هذا الشأن تقول الدكتورة مصطفى:

كانت البيانات العسكرية طبقا لما ذهبت إليه بعض الآراء أداة رئيسية لتمهيد الرأي العام الأمريكي والعربي لتقبل استمرار العمليات العسكرية وإضفاء صفة الشرعية على مبدأ الحرب، بالتركيز على ما يسمى بالطبيعة الجراحية للعمليات الجوية والتي تهدف إلى القضاء على أداة الحرب العراقية من الجودون ما حاجة إلى حرب برية طويلة ودون خسائر تذكر في الأرواح... (مصطفى، 1997: 72).

لم تسيطر أمريكا على الإعلام الأمريكي في حرب الخليج الثانية فحسب، وإنما استطاعت أن تتحكم في مخرجات وسائل الإعلام العالمية كذلك من خلال الإجراءات التنظيمية والرقابة التي كان يمارسها البنتاغون. ففي فترة العمليات العسكرية نظمت الولايات المتحدة الأمريكية 112 مؤتمرا صحفيا و98 بيانا صحفيا، كما كان العسكريون الأمريكيون هم المصدر الأول والرئيس للأخبار المتعلقة بالحرب

وعملياتها المختلفة. (Hiebert,1991: 110) كما كان هناك تنسيق منهجي ومنظم ومحكم بين البيت الأبيض، والكونجرس والبنتاغون في كل ما يخص أخبار الحرب وإحصائيتها وتطوراتها. . .الخ. فلم تترك هذه الجهات الثلاث أي شيء بدون دراسة وتحضير. كما أُعطيت الأولوية للصحافيين الأمريكيين بالنسبة للمواقع الأمامية في خطوط المواجهة العسكرية حتى يكونوا هم المصدر الرئيسي للأخبار، وكما يريدها البنتاغون، ليس للجمهور الأمريكي فقط وإنما لبقية الصحفيين ولباقي الجمهور في العالم. ساعدت عملية استخدام المجمعات الإعلامية –News Pool البنتاغون في الرقابة والتحكم والسيطرة على مخرجات ورسائل وسائل الإعلام المتواجدة في العراق. وظفت الإدارة الأمريكية العلاقات العامة بطريقة جيدة حيث تمت الاستفادة بدعاة الحرب والجنرالات والمحافظين الجدد لتسويق الحرب ولتبرير كل ما تقوم به أمريكا في المنطقة.

تعلمت الولايات المتحدة الدرس من تجاربها السابقة حيث أنها، وعبر البنتاغون والخارجية والكونجرس والبيت الأبيض، استطاعت أن تفرض الرقابة العسكرية على المضمون الإعلامي وتقييد حركة المراسلين بما يتناغم ويتناسق مع خططها الإستراتيجية. والدرس هو أن التغطية الإعلامية للحرب هي جزء لا يتجزأ من الحرب نفسها. في هذا الصدد يقول هيبرت:

إنها قناعتي أن الاتصال الجماهيري اليوم هو جزء أساسي من الحرب العصري، وأن العلاقات العامة تمثل السلاح الأولي للحرب- بطريقة تصاعدية لكل الأطراف. في حرب الخليج الثانية حاول كلا الطرفان إدارة كلمات وصور الحرب. هذا ليس بجديد. كانت ولا تزال الدعاية جزء من الحرب. ما كان جديد فيما يتعلق بعاصفة الصحراء - هو مدى اهتمام الحكومة الأمريكية ووزارة دفاعها خوض الحرب للحصول على الدعم الشعبي في الداخل باستخدام كل الممارسات التقليدية للعلاقات العامة بما فيها الاستراتيجيات السياسية، العلاقات مع وسائل الإعلام، العلاقات مع المجتمع المحلي، العلاقات مع الموظفين، وإدارة الأزمة. في بعض الأوقات، بطبيعة الحال، لم تكن بعض الممارسات في المستوى. (Hiebert,1991: 108)

وهكذا أكدت أمريكا في حرب الخليج الثانية أن إدارة الحرب تتم على ثلاثة

جبهات: الجبهة السياسية والجبهة العسكرية والجبهة الإعلامية. وهذه الجبهات الثلاث متداخلة ومتكاملة ولا يكتب النجاح للحرب بدون أحدها، وهذا ما حدث للأمريكيين في حرب فيتنام عندما فلت من قبضتهم الإعلام.

الحرب النفسية ومعركة الرأي العام

كالعادة وحسب تقاليد الحروب بدأت الولايات المتحدة الأمريكية التحضير للحرب منذ زمن طويل وتكاثفت هذه الجهو د بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 وإعلان الحرب على الإرهاب. فتارة يُتهم العراق بعلاقاته مع القاعدة، وتارة أخرى تُنشر أخبار مفادها أن أسامة بن لادن موجود بالعراق. كما أُتهم العراق منذ انتهاء حرب الخليج الثانية بامتلاكه أسلحة الدمار الشامل، الأمر الذي فشلت جحافل فرق التفتيش التابعة لمنظمة الأمم المتحدة على مدى عشر سنوات من إثباته. وتبرر أمريكا حربها على العراق بمحاولة نشر الديمقراطية في الشرق الأو سط وفي العراق والتخلص من "الدكتاتور" صدام حسين وتحرير الشعب العراقي من هذا المستبد (Wilcox, 2005:92-96) تم تجهيز مركز إعلامي بالقاعدة العسكرية الأمريكية في السيلية بقطر خصيصا لتغطية حرب الخليج الثالثة. فالآلة الإعلامية الأمريكية اشتغلت منذ زمن بعيد لكسب الرأي العام الأمريكي أو لا ثم العالمي ثانيا. الرهان هذه المرة صعب حيث أن الآلة الإعلامية الأمريكية لم تفلح في عملياتها التضليلية والدعائية وفي كل مرة نلاحظ آلاف الأمريكيين يتظاهرون في مختلف مدن الولايات المتحدة الأمريكية منددين بالحرب وعدم جدواها وإمكانية تجنبها بطرق سلمية ودبلوماسية. لكن مع كل هذا أصر البيت الأبيض والبنتاغون على مواصلة سعيهم لتنفيذ خطط السيطرة والهيمنة على النفط العراقي وعلى المواقع الإستراتيجية في المنطقة. وهنا نلاحظ تواطؤ ?فوكس نيوز ?وغيرها من المؤسسات الإعلامية العالمية في تهيئة الأجواء للرأس المال العالمي ولليمين المسيحي المتطرف وللصهيونية العالمية لبسط النفوذ والسيطرة على الثروات والمناطق الإستراتيجية في العالم رغم أنف ملايين البشر والرأي العام الأمريكي والعالمي في مختلف أنحاء العالم.

تواجد أكثر من 600 صحافي في مواقع العمليات بإشراف البنتاغون لتغطية الحرب الأمريكية في العراق حيث أنه كان يوفر لهم النقل ويأخذهم إلى مواقع

الأحداث كما كان يزودهم بالملابس والوسائل الواقية من أي خطر ينجم عن أية أسلحة خطيرة. التعاون مع البنتاغون يعني الرضوخ والقبول بالشروط المفروضة والقوانين "الدبلوماسية" التي يحددها مسبقا للتحكم في كل ما يُكتب وما يُبث عن الحرب. حيث أن المندوب الصحفي "المجند" يلتزم خطيا ويوقع على احترام خمسين بندا من الوثيقة أو العقد الذي يحدد الظروف الجديدة التي يعمل فيها. (لعياضي، 2004: 118).

هيأت الولايات المتحدة الأمريكية الأجواء النفسية والسيكولوجية للحرب بالاعتماد على الحرب النفسية والدعاية وتجنيد وسائل الإعلام لتبرير الحرب والتأكيد على ضرورتها والحاجة إليها. فلجأت إلى حجج تمثلت في ضرورة التخلص من صدام حسين الرئيس الدكتاتور المعادي للديمقراطية والحرية وللولايات المتحدة الأمريكية. كما قدمته الآلة الدعائية الأمريكية كمصدر خطر على الدول الحليفة لأمريكا في المنطقة. من جهة أخرى ركزت أمريكا على امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وهذا يعني خطر دائم ومستمر على مصالح أمريكا في المنطقة، وخطر كذلك على الأمن القومي الأمريكي. كما استعملت حجة أن صدام حسين يقيم علاقات مع عناصر القاعدة وبذلك مع الإرهاب وهذا ما يشكل خطرا كبيرا على المصالح الأمريكية في المنطقة ويهدد الأمن القومي الأمريكي سواء في المنطقة وحتى في داخل أمريكا نفسها.

فرغم الأصوات المناهضة للحرب والمسيرات والمظاهرات، استطاعت الآلة الدعائية الأمريكية، عن طريق العلاقات العامة والدبلوماسية العامة شيئا فشيئا وبمرور الزمن أن تُسكت هذه الأصوات وتكسب الرأي العام إلى جانبها من خلال تجنيد وسائل الإعلام وإقناعها بصحة أطروحاتها ومبررات الحرب التي قدمتها. حيث استطاعت في آخر المطاف أن تكسب الرأي العام لصفها حيث ساند الحرب أكثر من 70 بالمائة من الأمريكيين. فوسائل الإعلام الأمريكية بدلا بأن تقوم بمهمتها التي حددها لها التعديل الأول في الدستور الأمريكي- مراقبة الحكومة والقيام بدور كلب الحراسة Watchdog press واستقصاء الحقيقة والتأكد من المعلومات والبيانات التي تقدمها السلطات والهيئات الرسمية، تفننت وأبدعت في تبرير الحرب والتأكيد على ضرورتها وحاجة أمريكا إليها، وبذلك صدقت وسائل الإعلام الأمريكية أكاذيب البنتاغون والبيت الأبيض ولم تقف لحظة واحدة لتشكك فيها وتحقق في مصداقيتها وراحت تروج للحرب وتسوقها.

استراتيجيات الدعاية والحرب النفسية

تعلمت الولايات المتحدة الأمريكية الدرس من الحروب السابقة واستعملت كل الطرق والوسائل في مجال الدعاية والحرب النفسية والمراقبة والتحكم في كل ما يتعلق بالحرب وخلفياتها وأهدافها وخسائرها وضحاياه. فالهدف كان واضحا منذ البداية وهو بناء صور الحرب وتسويقها لبلورة وهندسة رأي عام يؤمن بشرعيتها وأهميتها والحاجة إليها ويساند كل الخطوات والإجراءات التي يضعها البيت الأبيض والبنتاجون. ومن أهم التقنيات التي استعملتها في الدعاية المنظمة للحرب ما يلي:

استعمال شخصية العدو: صدام حسين الدكتاتور: وهذا يعني تحديد شخصية العدووالتركيز عليها وتسويقها للرأي العام على أنها هي العدو وليس البلد ككل أو شعبها. ويتم هنا ربط الأزمة بشخص واحد فقط وهو الرئيس صدام حسين. وهنا يتم التركيز بعد، ربط الأزمة بشخص القائد العدو، على الجوانب السلبية في هذه الشخصية وهذا ما يضمن التعاطف مع الحرب وتبنيها. وتصبح بذلك شرعية ويجب الخوض فيه لأنها تصبح موضوع كرامة وأمن قومي ودولي وتصبح كذلك وسيلة لتخليص العالم من دكتاتور ورئيس خطير، ليس على أمريكا فقط، وإنما على دول منطقة الشرق الأو سط والعالم بأسره. (Wilcox,2005:93) هذه الوسيلة في الدعاية والحرب النفسية جعلت وسائل الإعلام تركز على أن أمريكا والحلفاء استعملوا مختلف الطرق الدبلوماسية لحل الأزمة، لكن الشخصية الدكتاتورية والعنيدة للرئيس صدام حسين جعلتهم يلجئون إلى الحرب.

تصوير العدو: ركزت وسائل الإعلام على تقديم القائد العدو -صدام حسين- كإنسان غير سوي، غير طبيعي وأنه مريض يحتاج إلى علاج نفسي. وتم تشبيهه بهتلر وستالين وموسوليني كما تم تصويره وجعله مرادفا للشر وللمشكلات الكثيرة التي يعيشها الشعب العراقي من ظلم وقهر واستبداد وإهدار للمال العام. كما أُستعملت تقنية - هتلرة - العدو القائد - صدام حسين. ومنهم من ربط بين محاربة هتلر والنازية في الحرب العالمية الثانية ومحاربة صدام حسين والتخلص منه في حرب الخليج الثالثة. ولتبرير الحرب وُضعت المسؤولية على عاتق الشعب العراقي الذي سمح لمجنون ولرجل غير سوي ومريض نفسيا يحكمه لأكثر من ثلاثة عقود.

التهديد العسكري والأمني: في حرب الخليج الثالثة نشرت الآلة الدعائية أخبار التهديد العسكري للعدووقوته وأنه القوة العسكرية الرابعة في العالم ويملك مليون عسكري. ومن جهة أخرى تم التركيز على أن السلاح العراقي أصبح غير لائق للحرب وغير فعال، ناله الصدى والتآكل. والهدف هنا هو تبرير وتشريع الحرب وغرس الحاجة إليها في الرأي العام ومن جهة أخرى طمأنه الجمهور أن الحرب في متناول أمريكا والحلفاء وبإمكانهم القضاء على العدو وكسب المعركة في فترة وجيزة.

تهديد الأمن والاستقرار الدوليين: استعملت الدعاية حجة تهديد الاستقرار الدولي وأن صدام حسين يشكل خطرا على الأمن العالمي وبإمكانه أن يقوم بحملات إرهابية ليس في المنطقة فقط وإنما في أي مكان في العالم. تركز الدعاية في هذا المقام على إقناع الرأي العام والجمهور بانعدام الأمن والاستقرار وأن حياته في خطر. وهذا ما يدفع بالرأي العام إلى التواطؤ والتحالف مع قادته وسياسة البلاد والحرب. وهذا ما يؤدي بالرأي العام للاقتناع والإيمان أن الحرب شرعية ولا بد منها وأنها تهدف إلى توفير الطمأنينة والاستقرار ليس للشعب الأمريكي فقط، وإنما للبشر في جميع أنحاء المعمورة. وهنا تم التركيز على أن الحرب شرعية ومبررة للمحافظة على السلام والأمن والاقتصاد العالمي. كما ركزت الدعاية على أن صدام حسين يملك أسلحة كيماوية متطورة وأن صواريخه تستطيع الوصول إلى أوروبا إذا لم يتم القضاء عليه في أقرب وقت ممكن. نلاحظ التركيز هنا على أسلحة الدمار الشامل واختراع علاقة صدام بالقاعدة وبالإرهاب والربط هنا بين الرئيس العراقي والإرهاب الدولي.

الجانب التكنولوجي للحرب: في هذا المحور ركزت الدعاية والحرب النفسية على القوة التكنولوجية الهائلة لأمريكا والحلفاء. وتم التوسع هنا في إمكانية القيام بعمليات عسكرية جراحية دقيقة تقلص من الضحايا المدنيين وتصيب الأهداف المحددة لها فقط. وفي هذا المقام أُستعملت عبارات الحرب النظيفة والحرب الجراحية وأسلحة المحافظة على الأرواح Lifesaving weapons (Wilcox, 2005: 91-141)

الإدارة الإعلامية الأمريكية للحرب

بعد تحديد المحاور الرئيسية للدعاية للحرب، اعتمدت الإدارة الأمريكية والمتمثلة في البنتاغون والبيت الأبيض ووزارة الخارجية طرقا عديدة ومتنوعة لإدارة

الحرب إعلاميا وللتحكم في التغطية الإعلامية للحرب بطريقة محكمة ومنهجية ورشيدة. ففرضت الرقابة على وسائل الإعلام ومبدأ المواطنة Patriotism والدفاع عن المصالح القومية الأمريكية. كما استعمل البنتاغون طريقة جديدة في تغطية الحرب وهي إدماج الصحفيين مع العسكريين لضمان أمنهم وتنقلاتهم في مواقع العمليات Embedded Journalists، كما كانت تنظم أربعة إيجازات صحفية يوميا من مقر البنتاجون والبيت الأبيض ووزارة الخارجية والمركز الإعلامي بالقاعدة العسكرية الأمريكية بالسيلية. حيث أصبحت هذه المؤتمرات الصحفية وسائل لحملات إقناع مهمة جدا وقوية وفعالة استطاعت أن تبرر الحرب وتجعلها شرعية وأن تسكت الأصوات المعارضة والمظاهرات والاحتجاجات المناهضة للحرب. كما لجأت الإدارة الأمريكية إلى الاستفادة من الجنرالات والشخصيات العسكرية المتقاعدة لتقديم التحليلات والتعليقات لما كان يجري في الميدان. وبهذه الطريقة أخضعت أمريكا وسائل إعلامها إلى منطق المصالح الوطنية الأمريكية والأمن القومي وأمركة الخطاب الإعلامي للحرب من خلال الترويج للحرب النظيفة والطابع التكنولوجي المتميز للحرب. كما اعتمدت الولايات المتحدة الأمريكية في التغطية الإعلامية للحرب على العلاقات العامة والدبلوماسية العامة واستعملت خبراء في هذا المجال حتى تتجنب أي خطأ قد يكلفها الكثير.

ومن خلال إدارته الإعلامية للحرب ركز البنتاجون على إخفاء الخسائر وخاصة البشرية منها والترويج لنظافة الحرب. ومن خلال إشرافه على الصحفيين الذين كانوا يغطون الحرب من مواقع الأحداث استطاع البنتاغون أن يتحكم في تغطية الحرب كما شاء. حيث أنه كان يختار المواقع التي يريدها وكان يراقب كل ما يرسله الصحفي إلى مؤسسته الإعلامية. (العياضي، 2004: 118-119). وهنا نلاحظ أن البنتاغون توصل إلى قناعة وهي، أن في زمن الحرب يجب أن نجعل من الصحفيين حلفاء لنا وليس منافسين لنا أو مراقبين أو أعداء. وجاءت فكرة إدماج الصحفيين في الوحدات العسكرية انطلاقا من مبدأ أن البعد النفسي والسيكولوجي للحرب مهم جدا وأن الحرب يجب أن تُكسب في العقول قبل الميدان. وهذا يعني توفير كل احتياجات الصحفيين، التعاون معهم، كسب ولاءهم، إقامة علاقات إيجابية معهم، تسهيل الطرق والسبل أمامهم للوصول إلى مواقع العمليات ومحاولة

تقليص الفجوة بين الثقافة التنظيمية لوسائل الإعلام والثقافة التنظيمية للعسكر (Artz and Kamalipour, 2005:229) فسياسة إدماج الصحفيين في الوحدات العسكرية تقضي على الحساسية والشك والتخوف والنفور بين الصحافي والعسكري ونساعد على إنشاء علاقة بين الاثنين. الإدماج Embedding يؤدي إلى تعوّد الصحفي على حياة العسكري والتأقلم مع ظروف جديدة ومعطيات جديدة وثقافة جديدة وهذا ما يؤدي في أخر المطاف إلى إدماج وسائل الإعلام في -الفريق- الذي تتكامل وظائفه ومهامه وأهدافه في أخر المطاف. وهذا بطبيعة الحال يصب في مصلحة المؤسسة العسكرية في إيصال وجهات نظرها وبذلك كسب المعركة السيكولوجية النفسية وكسب الرأي العام قبل كسب الحرب في الميدان. والهدف هنا هو التعاون والتحالف من أجل تسويق الحرب وكسب الرأي العام وإقناع الجميع أن الموضوع يتعلق بالمصالح الوطنية للولايات المتحدة الأمريكية وبالأمن القومي. (Rutherford,2004: 72) وبهذه الطريقة استطاع البنتاغون أن يضع ويحدد الأجندة التي يريدها لوسائل الإعلام الأمريكية وغالبية وسائل الإعلام العالمية.

أدركت الإدارة الأمريكية أهمية دور العلاقات العامة في الإدارة الإعلامية الناجحة والرشيدة للحرب وبذلك ركز البنتاجون على مضاعفة التدريب في مجال العلاقات العامة وتدريس الضباط وكبار المسئولين فنيات ومهارات وتقنيات العلاقات العامة لتطوير وتحسين التعامل مع وسائل الإعلام ومع الجماهير المختلفة (Hiebert,2003:250).

الدعاية على الانترنيت

سمُيت حرب الخليج الثانية (1990-1991) بحرب تلفزيون الكايبل - حرب سي. أن. أن.- وحرب فيتنام بالحرب التلفزيونية الأولى. أما الحرب العالمية الثانية فكانت أساسا حرب إذاعية. وأُطلق على الحرب العالمية الأولى أسم الحرب الدعائية الأولى. أما حرب القرم في نهاية القرن التاسع عشر فكانت الحرب الأولى التي تمت تغطية وقائعها من قبل صحفيين مستقلين. أما حرب الخليج الثالثة - الحرب على العراق 2003- فهي حرب الانترنيت الأولى بأكثر من 500 مليون إنسان في العالم يستخدم الشبكة العالمية. (Hiebert, 2003: 249) وهكذا تسابقت المؤسسات

الإعـلامـيـة الكبـرى ك سي أن أن وسي بي أس وأم أس أن بي سي وأي بي سي وغيرها كثير في مضاعفة تغطيتهم الإلكترونية للحرب عن طريق الفيديو والصوت والصورة وأصبحت المؤسسات الإعلامية تغطي الحرب بالفيديو أو لا بأول. وقامت الجرائد والصحف بنفس المبادرة حيث وفرت لقرائها طبعات إلكترونية خاصة بالحرب. كما وفر الانترنت الفرصة كذلك لأصحاب المدونات في جميع أنحاء العالم لإنشاء مئات الآلاف من المدونات للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ومواقفهم من الحرب. وظهرت الكثير من المواقف المعارضة للحرب من خلال الكثير من المدونات.

نتائج الإدارة الإعلامية الأمريكية لحرب الخليج الثالثة

استطاعت الإدارة الإعلامية الأمريكية لحرب الخليج أن تكسب معركة الرأي العام وحرب الدعاية والحرب النفسية باستعمالها تقنيات الدعاية أثناء الأزمات، والدعاية عبر الانترنيت وإدماج Embedding الصحفيين في الوحدات العسكرية وبناء علاقات حميمة مع وسائل الإعلام، والإيجازات الصحفية اليومية، والاستعانة بالجنرالات والعسكريين كخبراء ومحللين للحرب. كما استخدمت الإدارة الأمريكية التكنولوجيات الحديثة في تغطية الحرب من مكان الواقعة ومباشرة على الهو اء، وتوظيف الدعاية من خلال البنتاغون باختيار وتحديد الصور التي تصل إلى بيوت الأمريكيين. كسبت أمريكا معركة الرأي العام والحرب النفسية من خلال التلاعب والتضليل والانتقائية والتنظيم المنهجي والمحكم للتعامل مع الكلمة والصورة.

كذب الرئيس الأمريكي على الشعب الأمريكي وعلى وسائل الإعلام الأمريكية عندما أعلن الحرب على العراق بحجة امتلاك هذا الأخير أسلحة الدمار الشامل وإقامة صدام حسين علاقات مع القاعدة. وسائل الإعلام الأمريكية لم تشكك في الاتهامات الموجهة للعراق ولم تحقق فيها وصدقتها وبذلك روجت لأكاذيب جعلت الرأي العام الأمريكي (70٪) يوافق على الحرب ويساندها ويقتنع بالحاجة إليها لتخليص أمريكا والعالم من دكتاتور بحجم - هتلر أو ستالين أو موسوليني -، من شأنه أن يهدد المصالح الأمريكية في الشرق الأو سط ويهدد الأمن والاستقرار في العالم بأسره.

في المقابل خسرت أمريكا معركة الرأي العام الدولي، رغم الدعاية وتقنيات

العلاقات العامة والدبلوماسية العامة التي استعملتها. نتائج استطلاعات الرأي العام في العديد من الدول في العالم أكدت أن 80٪ من الجمهور كان ضد الحرب ومعارض لما تقوم به أمريكا في العراق. فضلا عن أن سمعة أمريكا في العالم تدهورت بصفة كبيرة. فبالنسبة للرأي العام الدولي كانت الحرب على العرب: ?الحرب على العراق هي حرب من أجل البترول؛ هي حرب صليبية ضد الإسلام؛ تجارة عائلة بوش غير المنتهية. وبعد ذلك هناك فلسطين، استعمار الكوكا وهيمنة الماكدونالد الأمريكية (Taylor,1998: 140).

" الحقيقة ثمينة جدا يجب حمايتها بحرس من الأكاذيب" هذه مقولة مشهورة للسياسي البريطاني المحنك وينستون تشرشل. ففي زمن الحروب والأزمات تتداخل مجالات الإعلام مع الدعاية مع الحرب النفسية. والحرب بدون إعلام تبقى مبتورة ومعتوهة والسؤال الذي يطرح نفسه في إشكالية الإدارة الإعلامية للحرب هو أي إعلام تعرض له وتلقاه المشاهد أو القارئ أو المستمع حول ما جرى في حرب الخليج الثالثة؟ وهل من موضوعية وحرية في نقل أحداث ووقائالحياد. وهل من استقلالية في معالجة القضايا والمسائل المتعلقة بالحرب؟ فالدعاية فرضت نفسها على منطق الموضوعية والحياد. حيث أصبح كل طرف في الحرب يعمل جاهدا على التركيز على نجاحه وتفوقه في الحرب النفسية والدعائية والإعلامية لرفع معنويات الجيش والشعب وكسب الرأي العام والتلاحم والوئام الوطني، وفي المقابل يعمل كل طرف على إخفاء كل ما يتعلق بالخسائر البشرية والمادية وكل ما من شأنه أن يؤثر سلبا في الرأي العام ومعنويات الجيش والشعب.

الخاتمة

لعبت الدعاية والعلاقات العامة والدبلوماسية العامة دورا محوريا ومحددا في حرب الخليج الثالثة، حيث تكاثفت الجهو د بين البنتاغون والبيت الأبيض ووزارة الخارجية الأمريكية لإدارة الحرب على مستويين: المستوى الأول، وهو الأهم، وهو الحرب النفسية وكسب الرأي العام، والمستوى الثاني هو العمليات العسكرية في الميدان. ولكسب الرهان الأول-الحرب الإعلامية والنفسية والدعائية - جندت الإدارة الأمريكية كل الوسائل والإمكانيات، حيث تعلمت الدرس من الحروب

السابقة. فحددت تقنيات الدعاية في الأزمة واستخدمت طريقة إدماج الصحفيين في الوحدات العسكرية وأربعة إيجازات Press Briefings صحفية يومية كما استخدمت الخبراء العسكريين -الجنرالات المتقاعدين- لتقديم التحليلات والتعليقات عن مجريات الحرب. كما وظفت تكنولوجيا البث المباشر وجعلت من العمليات الحربية صورا تلفزيونية مباشرة تقدمها أو لا بأو ل للمشاهد وتجعله يعيش الحرب مباشرة من مجلسه وهو مصدقا وواثقا فيما يقدم له.

اتخذت أمريكا كل الاحتياطات لخوض المعركة في العقول والأذهان فاستخدمت العلاقات العامة والدبلوماسية العامة والدعاية والحرب النفسية في حرب الخليج الثالثة بطريقة منهجية ومنظمة ومحكمة. الأمر الذي سمح لها بالتحكم في التغطية الإعلامية كما تشاء، رغم بعض التحديات من قبل قناة الجزيرة وبعض المؤسسات الإعلامية الأخرى. أمريكا كسبت الحرب النفسية والدعائية وكسبت الرأي العام الأمريكي بعد أن كذبت على الشعب الأمريكي والعالم بأن العراق يمتلك أسلحة دمار شامل وأن صدام له علاقات مع بن لادن. بالمقابل لم تشفع الدعاية والعلاقات العامة للإدارة الأمريكية في كسب الرأي العام الدولي. على صعيد الممارسة الإعلامية، اهتزت سمعة الإعلام الأمريكي فيما يتعلق بالاحترافية والمهنية والموضوعية وأُتهم بأنه كان ببغاء وبوق للبيت الأبيض والخارجية الأمريكية والبنتاغون وأنه ردد تصريحات الجنرالات وقدم تحليلاتهم وتعليقاتهم وأرائهم وأطروحاتهم بدون مساءلة وتخلى عن مهمة الاستقصاء والبحث والمساءلة ومراقبة السلطات الثلاث؛ وبدلا من أن يكون سلطة رابعة يقوم بوظيفته الإستراتيجية في المجتمع وهي مراقبة السلطات الثلاث، أنحاز إلى الدعاية والتلاعب والحرب النفسية.

مراجع البحث الأول

المراجع باللّغة العربية:

حسين النديم (2001) "الإعلام الأمريكي أكبر جهاز لغسل الأدمغة في التاريخ الإنساني"، البيان-الملف السياسي "الإعلام والحرب: الصورة قبل المدفع أحيانا"، العدد 554، 28 ديسمبر، ص: 55.

د/ أديب خضور، الإعلام والأزمات. الرياض: مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 1999.

د/ جيهان رشتي(2003) الحرب أثبتت أن حرية الإعلام الغربي مجرد خرافة!- البيان-الملف السياسي، الحرب. .مفاهيم جديدة للإعلام-، العدد 625، 9 مايو، ص: 7.

د/ لعياضي نصر الدين، بعض الافتراضات لدراسة علاقة الإعلام بالحرب، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، يناير-يونيو2004، ص. ص. : 116-128.

د/ محمد فراج أبوالنور (2003)-الإعلام الأمريكي في خدمة البنتاغون: استراتيجية التضليل والحرب النفسية في معركة العراق -البيان الملف السياسي،-الحرب. . . مفاهيم جديدة للإعلام-، العدد 625، 9 مايو، ص: 13.

د/ محمد قيراط(2003) -كثير من الدعاية. . . قليل من الحقائق: الحرب والإعلام. . .مساءلة النظريات وتكذيب أسطورة الموضوعية والحرية البيان-الملف السياسي،-الحرب. . مفاهيم جديدة للإعلام، العدد 625، 9 مايو، ص: 10.

د/ هويدا مصطفى، إعلام الأزمات: الإدارة الإعلامية الدولية لحرب الخليج الثالثة. القاهرة: دار النديم للصحافة والنشر والتوزيع، 1997.

د/ محمد قيراط (2005) من البحث عن الحقيقة إلى التزييف والتضليل-1/2 و2/2، جريدة البيان، 7 و14 يناير 2005.

ستانلي هوفمان (2003) الإعلام الأمريكي يفقد حريته ويردد أصداء ما يقوله المحافظون الجدد، ترجمة مريم جمعه فرج، البيان2، العدد 512، 21 يونيو، ص: 14.

السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، يناير-يونيو2004، ص. ص. : 87-115.

طلعت شاهين (2003) -المواجهة بين الصحافي والجنرال. .أو الحرب الأخرى- البيان، العدد 8367، 16 مايو، ص: 25.

ليندون لاروش (2001)-السي. أن. أن تمارس عملية غسل دماغ منظمة وعلينا التوقف عن مشاهدتها، البيان-الملف السياسي الإعلام والحرب: الصورة قبل المدفع أحيانا، العدد 554، 28 ديسمبر، ص: 53.

مازن حمدي (2003) الإعلام مجند في الجيش: النزاهة الصحافية. . .أولى ضحايا الحروب، الاتحاد، 26 أغسطس، ص: 4.

مايكل ماسينج (2003) التخطيط الأمريكي نجح في حجب حرب العراق عن عيون الإعلاميين، ترجمة ضرار عمير ومريم جمعة فرج، البيان2، العدد 484، 24 مايو، ص: 14.

محمد الخولي (2003) أمريكا من الإعلام إلى الإعلان إلى العلاقات العامة (1/ 2)، البيان، العدد 8520، 16 أكتوبر، ص: 29.

محمد الخولي (2003) أمريكا من الإعلام إلى الإعلان إلى العلاقات العامة (2/ 2)، البيان، العدد 8527، 23 أكتوبر، ص: 33.

محمد حقي (2001) -السي. أن. أن نموذجا: الإعلام الأمريكي يترنح، البيان-الملف السياسي الإعلام والحرب: الصورة قبل المدفع أحيانا، العدد 554، 28 ديسمبر، ص: 51.

نادية سلطان (2003) الإعلاميون الغربيون يعترفون بضغوط الإدارة الأمريكية على الصحافة، الخليج، العدد 8908، 9 أكتوبر، ص: 8.

نعوم تشومسكي (2003) حرية التعبير يجري التلاعب بها: آلية إعلامية هائلة سُخرت في الحرب على العراق، البيان2، العدد 478، 18 مايو، ص: 14.

نيليما بازاك (2001) الإعلام الأمريكي لم يطرح الأسئلة الحقيقية خوفا من الإجابات الصادمة، البيان-الملف السياسي -الإعلام والحرب: الصورة قبل المدفع أحيانا، العدد 554، 28 ديسمبر، ص: 68.

هنري مايكلز (2003) البنتاجون والإعلام المتواطئ يصادران التغطية الحرة، الخليج، العدد 8713، 28 مارس، ص: 10.

المراجع باللّغة الانجليزية:

Alterman، Eric (2003) - Il Parait que les Medias Americains sont de Gauche?, Le Monde Diplomatique، Mars.

Artz، Lee and Yahia R. Kamalipour (eds.) (2005) Bring “Em On: Media and Politics in the Iraq War. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers، Inc.

Atkinson،R. (1994) Crusade: The Untold Story of the Gulf War. London: HarperCollins.

Beauregard،Claude،Alain Canuel،Jerome Coutard (2003) Les Medias et la Guerre de 1914 au World Trade Center. Paris: Edition du Meridien.

Bennett،W. and Paletz،D. (eds) (1994) Taken by Storm: The Media،Public Opinion and US Foreign Policy in the Gulf War. Chicago: University of Chicago Press.

Berkowitz،B.(2003) The New Face of War: How war will be fought in the 21st Century. New York: The Free Press.

Berkowitz،D.(1997) Social Meanings of News: A Text Reader. London: Sage.

Braestrup،P. (1994) Big Story: How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of Tet 1968 in Vietnam and Washington. Novato،CA: Presidio.

Carruters،Susan L.(2000) The Media At War: Communication and Conflict in the Twentieth Century. New York: St. Martin's Press.

Cohen،Stanley and Jock Young .)(1974) (eds.) The Manufacture of News: Social Problems،Deviance and the Mass Media. Beverly Hills,CA.: Sage Publications.

Denton،R (ed.) (1993) The Media and the Persian Gulf War. Westport،CT: Praeger.

Halimi Serge et Dominique Vidal (2000) "Lecons d'Une Guerre: Medias et Desinformation"،Le Monde Diplomatique،Mars.

Hallin،D. (1989) The "Uncensored War": The Media and Vietnam. New York: Oxford University Press.

Hammond،W.(1998) Reporting Vietnam: Media and Military at War. Lawrence،KA: University of Kansas Press.

Hanania،Ray (2003) "Embedded Journalists Parrot Military Brief"،Gulf News،March 30،p:14.

Hiebert،Ray Eldon. (1991) "Public Relations as a Weapon of Modern Warfare"،Public Relations Review،17(2):107-116.

Hiebert،Ray Eldon. (2003) "Public Relations and Propaganda in Framing the Iraq War: A Preliminary Review"،Public Relations Review،29(3):243-255.

Hooper،A. (1982) The Military and the Media. Aldershot: Gower.

Jeffords،S. and Rabinowitz،L. (eds.) (1994) Seeing through the Media: The Persian Gulf War. New Brunswick،NJ: Rutgers University Press.

Jensen،R.(1992) "Fighting Objectivity: The Illusion of Journalistic Neutrality in Coverage of the Persian Gulf War"،Journal of Communication Inquiry،16,I،20-32.

Kamalipour،Yahya R.،and Nancy Snow (eds.)(2004) War،Media،and Propaganda: A Global Perspective. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers،Inc.

Katovsky،Bill and Timothy Carlson (2003) Embedded: The Media at war in Iraq. Guilford,CT.: The Lyons Press.

Kirat،Mohamed (1989) "Partiality and Biases: The Coverage of the Algerian Liberation War (1954-1962) by Al-Ahram and Le Monde"،Gazette 44:155-175.

MacArthur،J.(1993) Second Front: Censorship and Propaganda in the Gulf War. Berkeley،CA: University of California Press.

Miller،David (2004) Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq. London: Pluto Press.

Mowlana،H.،Gerbner،G. and Schiller،H. (eds.) (1992) Triumph of the Image: The Media's War in the Gulf،a Global Perspective. Boulder،CO: Westview Press.

Mustafa،Ahmed (2003) "U.S. Makes Al Jazeera a Target"،Gulf News،March 30،p:9.

Nayar،Kudlip (2003) - Western Media Turns into a Willing Tool?،Gulf News،April 19،p:8.

Parenti،M. (1993) Inventing Reality: The Politics of News Media. New York: St Martin's Press.

Ramonet،Ignacio (2003) "Armes d'Intoxication Massive: Mensonges d'Etat?،le Monde Diplomatique،July.

Rampton،Sheldon & John Stauber (2003) Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq. New York: Jeremy P. Tarcher / Penguin

Rochat،Jocelyn (2000) "Les spin Doctors: Le triomphe des Manipulateurs des Medias?،le Quotidien d'Oran،Jeudi 11 Novembre.

Rutherford،Paul (2004) Weapons of Mass Persuasion: Marketing the War Against Iraq. Toronto: University of Toronto Press Incorporated.

Schechter،Danny(2003) Embedded: Weapons of Mass Deception How the Media Failed to Cover the War on Iraq. Amherst،NY.: Promotheus Books.

Sweeny،Michael S. (2006) The Military and the Press. Evanston،ILL.: Northwestern University Press.

Taylor،P. (1998) War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War. Manchester: Manchester University Press.

Thrall،Trevor A.(2000) War in the Media Age. Cresskill،NJ.: Hampton Press،Inc.

Thussu،Daya Kishan and Des Freedman (eds.)(2003) War and the Media: Reporting Conflict 24/7. London: Sage Publications.

Tumber،Howard and Jerry Palmer (2004) Media at War: The Iraq Crisis. London: Sage publications.

Willcox،David R.(2005) Propaganda،the Press and Conflict: The Gulf War and Kosovo. London: Routledge Taylor & Francis Group.

Young،P. and Jesser،P.(1997) The Media and the Military: From the Crimea to Desert Strike. London: Macmillan.

Zogby،James (2003a) "TV Networks Bring War Realities Home"،Gulf News،March 31،p:9.

Zogby،James (2003b) "U.S Media Dances to White House Tune"،Gulf News،May 5،p:9.

Zogby،James (2003c) "Writing in the Present by Ignoring the Past"،Gulf News،May 19،p:9.

2

البحث الثاني

حدود الحرية والمسؤولية في العالم الإفتراضي

شبكات التواصل الإجتماعي والانتقال الدّيمقراطي في تونس ما بعد الثورة

د. نور الدين الميلادي
قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم
جامعة قطر

ملخص:

يتعرض هذا الفصل بالدراسة والتحليل إلى تطور شبكات التواصل الإجتماعي في تونس بعد ثورة 14 يناير 2011 والدور المحوري الذي لعبته في فتح هامش حرية التعبير على مصراعيه. إذ مثّل هذ الحدث التاريخي نقطة فاصلية في تاريخ تونس الحديث وشمل كل جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية. وصاحب هذا التغيير تحوّل كامل في المشهد الاعلامي أخذت تتضح معالمه خلال السنوات الأربع الماضية من الثورة. وبالرجوع إلى نتائج بحث ميداني على عيّنة من المجتمع التونسي شملت فئات عمرية وطبقات اجتماعية مختلفة وباعتماد استبيان تم إجراؤه على عدد 470 مواطن تونسي بالاضافة إلى مقابلات مع عيّنة مختارة من الصحافيين بالمؤسسات الاعلامية المختفلة وناشطين في الحقلين السياسي والحقوقي، تخلص هذه الدراسة إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي مثلما استخدمت بشكل فعال في صناعة الثورة،تعدّ الآن أداة مهمّة في متناول النشطاء السياسيين والحقوقيين وجمعيات المجتمع المدني في الانتقال الديمقرطي الذي تمّر به تونس.

البحث الثاني

حدود الحرية والمسؤولية في العالم الإفتراضي

شبكات التواصل الإجتماعي والانتقال الدّيمقراطي في تونس ما بعد الثورة

مقدمة

بعد عقود من تكبيل الكلمة الحرّة في ظل حكم النظام الاستبدادي السابق وارتباط المساحة المتاحة لحرية التعبير على شاشات التلفزيون وشبكات الإنترنيت إلاّ بما يسمح به مقصّ الرقيب، تحطمّت كلّ حواجز الرقابة القانونية وأحيانا الذاتية بعد ثورة 14 يناير 2011 بتونس. وتحول بذلك العالم الافتراضي إلى مساحة للحراك الإجتماعي والسياسي من جهة، وبؤرة للانفلات القيمي والفوضى الإعلامية من جهة أخرى. فلم يعد خافيا على المتابعين للحراك الإجتماعي في تونس خلال ما يزيد على أربع سنوات من الإنتقال الديمقرطي إلى خطورة ما تنشره العديد من صفحات الإنترنيت أو المحسوبة على شبكات التواصل الإجتماعي ومدى تأثيرها الخطير في إشاعة الفوضى، وتسميم الأجواء لدى عموم أفراد الشعب.

وبالرجوع إلى تحليل محتوى بعض المواقع الإجتماعية لنشطاء سياسيين وحقوقيين وأفراد من منظمات المجتمع المدني، بالإضافة إلى مقابلات مع 27 إعلامي وأكاديمي وناشط سياسي وحقوقي، ثم عدد 470 استبيان شملت أطيافا فكرية ومهنية وعمرية مختلفة في المجتمع التونسي، خلص الباحث إلى أن الفضاءات الإفتراضية على الإنترنيت مثلت قبل الثورة أداة هامة للحشد والإعلام والتواصل بين الناشطين بشتى ألوانهم السياسية والإجتماعية ثمّ أداة فعّالة لنجاح المجتمع التونسي في التغيير السياسي. وكذلك أبقت على نفس الدور بعد الثورة

وتدعم دورها الرقابي ليس فقط على الطبقة السياسية ولكن على وسائل الإعلام الرّسمية والخاصة. ولكن بالمقابل أيضا يتم الآن استخدام هذه الشبكات من طرف البعض كأدوات لنشر الفوضى والإشاعات وبث الفرقة في صفوف المجتمع. ويبدوواضحا غياب الارتباط الوثيق بين الحرية والمسؤولية الإجتماعية عن العديد من مستخدميها، وبالتالي حادت الكثير من هذه المواقع عن الهدف الأساسي لاستخدامها وهو حماية أهداف الثورة.

التطوّر في مجال التكنولوجيا الاتصالية

تطورت الحركات الإجتماعية خلال العقد الأخيرعلى شبكات الإنترنيت وبأشكال غير مسبوقة ما مثّل في حدّ ذاته تحديّا نظريا للباحثين وعلماء الإجتماع والاتصال. إذ تعدّدت المقاربات النظرية للظواهر التي تشهدها التطورات اللامسبوقة على الشبكة العنكبوتية بظهور نظريات أو أطر معرفية تصف الظاهرة بمسميات مثل "المجتمع الشبكي"، "المجتمع الإفتراضي"، "الشبكات الإفتراضية"، و"المواطن الصحفي". وتعكس مجمل هذه المقاربات ظاهرة الانعتاق أو التحرر المعلوماتي للتكنولوجيا الرقمية. وما يعرف الآن بالنشطاء على الإنترنيت (أو الرقميون) هو إحدى التعبيرات المتداولة للدلالة على الحراك الإجتماعي والزّخم الذي تعجّ به حاليا الشّبكة العنكبوتية ممثّلة في المساحات التفاعلية مثل اليوتيوب (YouTube)وفايسبوك (Facebook)وتويتر (Twitter) وانستاغرام (Instagram) والواتس آب (WhatsApp).

من جانب آخر يمكن القول أن هذا التطور التكنولوجي الهائل يمثّل كذلك تحديا معرفيا للباحثين في علوم الإجتماع والاتصال في محاولة دراسة وفهم هذه الظاهرة. إذ يبدو أن الأدوات العلمية المناسبة في مناهج البحث لم ترق بعد إلى فهم مدلولات هذه التطورات. إذ أنّ قياس التأثير مثلا في الفضاء الافتراضي يبقى مبحثا مستعصيا على الدارسين نظرا لصعوبة التحكم في أبعاد وتلابيب الشبكة العنكبوتية بكلّ تفرعاتها وتشكّلاتها المعقدة في العصر الحاضر.

الاعلام في تونس قبل الثورة

لم يكن المشهد الإعلامي في تونس قبل الثورة يختلف كثيرا عن حال الكثير

من الأنظمة الدكتاتورية التي يغلب عليها الطابع الشمولي في السيطرة على مؤسسات الدولة ومنها وسائل الإعلام وعدم ترك هامش ولومحدود من حرّية التعبير. إذ أن المتابع للحقبة التي حكمها نظام الرئيس المخلوع زين العابدين بن علي بين سنة 1987 و2011 لا يمكنه أن يطلق على هذه الحقبة إلا مرحلة غياب الحرية والتعددية بشتى ألوانها سواء السياسية أو الإعلامية أو حتى الثقافية في صفوف المجتمع التونسي. إذ أن تلك الفترة تميزت بتاريخ طويل من سيطرة الحزب الواحد (التجمع الدستوري الديمقراطي آنذاك) على مقاليد الدولة وعلى وسائل الإعلام بالإضافة إلى المؤسسات الاقتصادية والتعليمية والقضائية. فلم يكن هناك مجال لوجود حرية تعبير خارج نطاق ما هو مسموح به من طرف النظام الحاكم.

وفي هذا السياق تشير العديد من التقارير الصادرة عن منظمات حقوقية دولية مثل منظمة العفوالدولية (Amnesty International) ومنظمة "المادة 19" (Article 19) خلال العقدين الأخيرين إلى وصول مجال الحرية الفردية والصحفية في تونس إلى حالة اختناق تام وذلك باغلاق العديد من الصحف والمجلات،وعدم السماح للمؤسسات الإعلامية الأجنبية التي تنتقد الفساد والاعتداءات على حرية التعبير بالنشاط في تونس بالإضافة إلى الإعتقالات والمحاكمات الجائرة التي طالت العديد من الصحفيين والناشطين الحقوقين.

فمثلا منذ 1990 تم إغلاق جريدة الفجرالمعارضة وسجن رئيس تحريرها حمادي الجبالي (الوزير الأول السابق لأو ل حكومة منتخبة بعد الثورة 2013-2012) لحوالي 15 سنة. وتلت تلك الحقبة مرحلة طويلة استمرت حوالي 21 سنة من القوانين الصارمة في قمع الحريات وبالأساس حرية التعبير وحرية النشاط السياسي والجمعياتي. وتمّ الزج في السجن بالآلاف من الاعلاميين ووالكوادر التعليمية والناشطين الحقوقيين والسياسيين فقط لجرأتهم على نقد الفساد السياسي وتكبيل الحريات.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في اشعال الثورة التونيسية

لا شك في أن الفترة التي عاصرت الثورة الصناعية في أو روبا وذلك بظهو ر المحرك البخاري وتطور وسائل الإتصال والنقل والمصانع الضخمة التي بدأت بوفرة الإنتاج الصناعي قد فتحت فصلا جديدا في التطورات الإجتماعية ليس فقط على

مستوى الدول الغربية المصنّعة ولكن بداية تحولات إجتماعية وإقتصادية قد انسحبت على باقي دول العالم ولو بشكل تدريجي. ولكن الغالب على التحاليل المتعلقة بدور وسائل الإعلام خلال تلك الحقبة وما بعدها هو سيطرة رأس المال (الإيديولوجيا المهيمنة) واستنفاذ وسائل التواصل لخدمة هذا الغرض. وكأن وسائل الإعلام بحسب علماء الإجتماع الغربيين مثل أدورنووهو ركايمر وبودريار (Adornon, Horkheimer and Baudrillard) كانت هي الأداة أو الوسيلة المعتمدة لهذا النظام الجديد الذي طغى بعد الثورة الصناعية. وتبعا لهذه الصيرورة التاريخية فقد شهدت المنطقة العربية مثل باقي دول العالم ثورة تكنولوجية ومعلوماتية لا تخفى تأثيراتها على أحد. فبعد ظهور البث الفضائي وما تبعه من تطور نوعي في نقل الأخبار والتقاط البرامج المتنوعة التي تعج بها حاليا القنوات الفضائية، فإن ثورة الإنترنيت والنقلة النوعية في طرق التواصل قد حررتا القوى الناشطة في المجتمع من سيطرة المؤسسات الإعلامية الكبرى وبالتالي فتح المجال للشباب وللناشطين في صفوف المجتمع المدني. وقد مكن هذا التطور الطبقات المهمّشة ليس فقط من الخروج عن سيطرة رأس المال بل والرّقابة الصّارمة المفروضة على وسائل الاعلام في العديد من دول المنطقة. وتجدر الإشارة إلى أنّ الدول العربية تتفاوت في مدى التطورات الحاصلة بخصوص انتشار شبكة الإنترنيت واستخدام الوسائط المتعددة سواء في المؤسّسات التعليمية أو المجالات العامة. إذ مع موفّى سنة 2014 تعدّ تونس مثلا من البلدان العربية التي بها نسب عالية من التعليم واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة من ضمنها الانترنيت في الفصول الدراسية. فقد ذكرت إحصائية أعدتها النقابة الدولية للاتصالات (International Communications Union 2014) أنّ نسبة 82٪ من المدارس الابتدائية والثانوية بتونس لديها خدمات الانترنيت مقارنة ب 50٪ في مصر و55٪ في الجزائر على سبيل المثال. وبحسب التقرير العربي لشبكات التواصل الإجتماعي فإنّه مع بداية ماي 2014 قد وصل العدد الإجمالي لمستخدمي الفايسبوك في العالم العربي إلى ما يقارب 82 مليون مقارنة بحوالي 55 مليون مستخدم سنة 2013. (Arab Social Media Report 2014).

والملاحظ أنه في صفوف المهتمّين بالشأن الإعلامي والحقوقي في تونس من باحثين وإعلاميين ومسؤولي مؤسسات المجتمع المدني فإن شبكات التواصل

الإجتماعي كانت بمثابة المساحات الحرة التي من خلالها تمكن الشباب والناشطون الحقوقيون والسياسيون من إيصال أصواتهم إلى العالم. إذ ترى الصحفية بالإذاعة الوطنية التونيسية ليلى الحسيني مثلا أن "وسائل التواصل الاجتماعي كانت خلال الثورة وبعدها بمثابة الإعلام البديل رغم أنها لم ترتق إلى مهنية وسائل الإعلام المحترفة. فهي تعتبر منبرا لحرية التعبير بالنسبة للشباب الناشط على صفحات التواصل الاجتماعي" (ليلى الحسيني 2013) وعلى عكس المؤسسات الإعلامية التقليدية مثل شبكات الإذاعة والتلفزيون والتي بقيت تحت سيطرة نظام بن على إلى عشية الثورة كانت شبكات التواصل الإجتماعي هي أداة التواصل مع الخارج. وبحسب المذيع بمؤسسة التلفزة الوطنية التونيسية،إقبال الكلبوسي، فإن - شبكات اليوتيوب والفيسبوك لعبت دورا كبيرا في الإطاحة بالنظام، وإيصال المعلومات للشباب الثوري.. وذلك عن طريق الفيديوهات والصور التي تأجّج من غضبه ضد النظام. وهذا كلّه ساهم في توسيع دائرة الغضب ولهيب النار في البلاد وبين النظام والشباب.. وكنتيجة حدثت هذه الثورة العظيمة في تونس". (إقبال الكلبوسي، 2013)

وبالرجوع إلى نتاج البحث يبدو أن هناك شبه إجماع بخصوص انطباعات الشارع التونسي حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في انجاح الثورة التونسية مثلما هو الشأن بالنسبة لدورها في التغيير الاجتماعي لدى مجتمعات أخرى. إذ عبّرت غالبية العينة التي تمّ استقصاؤها في تونس عن اتفاق بنسبة عالية جداً 94% وترى هذه الشريحة أنّ وجود شبكات التواصل الاجتماعي في متناول النشطاء كان عاملا حاسما في انجاح الثورة التونسية نظرا لقدرتهم على الافلات من المراقبة والتمكّن من كسر الحصار المفروض على تسريب المعلومات ونشر الأخبار. وتجدر الإشارة إلى أنّ العديد من الباحثين أكدوا على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ودورها قبل الثورة حيث كانت الأداة الوحيدة التي ساهمت في نقل ما كان يحاول نظام بن علي التكتّم عليه. إلاّ أنه بعد الثورة نلاحظ أن هناك إشكالا حقيقيا في هو ية العديد من الصفحات وأصبحت هذه الصفحات لاعباً حقيقياً في الساحة السياسية لأنها أصبحت في - مفترق طرق - وأصبحت تتوضّح الميولات وبالتالي هناك تموقع للعديد من الصفحات وتغليب طرف سياسي على آخر. وقد اتّضح هذا التموقع أكثر بعد الانتخابات حيث - لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً اعلاميا بقدر ما كانت تدفع نحوموقف معيّن أو اتجاه معيّن (إقبال الكلبوسي، 2013)

وأفضت نتائج البحث أيضا إلى وجود توافق بين الاعلاميين والناشطين السياسيين والحقوقيين بالإضافة إلى أطياف أخرى من المجتمع التونسي في أنّ قدرتهم على الوصول إلى الأخبار الموثوقة لم تكن ممكنة لولا توفّر شبكات التواصل الإجتماعي. فلا أحد يقلّل من شأن دور هذه الشبكات في إحداث التغيير في البلاد والدور الذي قام به المدوّنون والناشطون خلال الثورة. يرى بوبكر بن عمر (2013)، منتج برامج بالتلفزة الوطنية التونيسية،أن مصادره الأساسية بالنسبة للأخبار قبل وخلال الثورة كانت على الانترنيت،ويقول "أنا من الذّين كانوا يتابعون موقع تونس نيوز (Tunis News) قبل الثورة،وكنت أو اكبها يوميا رغم التضيقات الأمنية الشديدة. فلولا الفيسبوك والانترنت عموما لما استطاع المواطن التونسي الوصول إلى المعلومة إذ كان نظام بن على فارضا سلطته ومسيطرا ويعمل عبر الإعلام، فيبثّ ما يريده ويمنع مالا يرغب به". وتظيف أيضا، الصحفية في الإذاعة الوطنية التونيسية، "كلّنا نعلم أن الفايسبوك هو الذي سرّع الثورة، وجيّش الصّفوف وشكّل الرأي العام، فعن طريق الفايسبوك صار الناس كلهم في قلب ميدان المعركة، وعلى عين المكان". (فوزية الغيلوفي، 2013)

شبكات التواصل الإجتماعي والانتقال الديمقراطي

وكما كان الشأن قبل ثورة 14 يناير 2011 في تونس، فإنّ الفضاء الإفتراضي المفتوح مثّل أيضا مساحة تفاعلية هامّة بعد الثورة. إذ برزت ولأوّل مرّة وسائط مثل الفايسبوك وتويتر واليوتيوب كمساحات حرّة للحوار والنقاش ونقل الأحداث وتداول الأخبار بشكل غير مسبوق. والأهمّ أنها كانت أيضا في متناول كل أطياف المجتمع وكلّ هذا تحت أنظار المؤسسات القانونية والأمنية. وأثبتت الدراسة الميدانية للباحث المذكورة آنفا أهميّة وسائل الاعلام في الانتقال الديمقراطي الذي تشهده تونس بعد الثورة. إذ أن الإذاعة والتلفزيون والجرائد بالإضافة إلى التكنولوجيا الاتصالية الجديدة أضحت مجالا حيويا لتطوّر المجتمع المدني ونشر المعلومة بحيادية والرقابة على الفساد وتوجيه الطبقة السياسية نحوخدمة الصالح العام. يتأكد هذا الدور إثر الاستطلاع الذي قام به الباحث ضمن عينة من المجتمع التونسي. إذ أكدت نتائج البحث أنّ نسبة 55٪ من التونيسيين يعتبرون أنّ شبكات التواصل

الاجتماعي تعدّ وسيلة هامة جدّا لنشر المعلومة وكسر حاجز الرقابة على الأخبار. ويرى أيضا 30٪ من العيّنة أنّ هذه الوسائط تلعب دور الرقيب على وسائل الإعلام الرسمية والأحزاب السياسية. وحول السؤال المتعلق بدورها في خدمة الانتقال الديمقراطي يرى 70٪ من المشاركين في الاستبيان أنّ لها دورا هامّا في الانتقال الديمقراطي الذي تمرّ به تونس. ويمكن القول في هذا السياق أنّ شبكات التواصل الاجتماعي تمثّل فضاءا حيويا من خلاله تتوضّح معالم الديمقراطية لأن فيه تتفاعل مختلف الآراء والمقترحات حول الاصلاح المطلوب في شتى المجالات التي ينادي بها المجتمع التونسي. وفي هذا الإطار يرى الاعلامي حمادي المعمّري حول ما يجري خلال السنوات الأربع الأخيرة من حراك إجتماعي "أن الصحافة الالكترونية مثّلت داعما مهما للصحافة بشكل عام. فقد أصبح لها دور هام في إثراء المشهد الإعلامي بشكل عام مثل تقديم المعلومة بسرعة قصوى،وجعلها في متناول الشخص أينما كان. والصحافة الإلكترونية تختلف عن الصحافة الإذاعية والمكتوبة، فالتدوين على الصفحات الاجتماعية في تقديري لا يمكن اعتباره صحافة أو عمل مهني،بل هو نوع من الممارسة الحرّة إذ يحتمل الخطأ ويحتمل الصواب في نفس الوقت. قد تجد أخبارا ومقالات منشورة في الجرائد، وأحيانا حوارات ولقاءات وأعمال مصوّرة في شكل فيديوتمّ انتاجها بحرفيّة عالية، لا نجد مثيلا لها في العديد من القنوات التلفزية. فالمحاذير التي يجب أخذها بعين الاعتبار في الصحافة الالكترونية والمكتوبة هي الخطوط العريضة لما تنبني عليه الرسالة الإعلامية" (حمادي المعمري 2013)

هذا الشعور العام لدى شريحة هامة من التونيسيين بخصوص أهمية التطور التكنولوجي في مجال الانترنيت تعززه آراء سياسيين وفاعلين ضمن الطبقات السياسية والحقوقية المختلفة. إذ يؤكد المحامي محمد سامي الطريقي أنّه "بعد الثورة واصلت بعض الصفحات في لعب دور اعلامي متميز وانارة الرأي العام. بينما هناك صفحات أخرى غارقة في بثّ الاشاعات والمغالطات والتشويش....وهناك العديد من الصفحات الأخرى التي خرقت ضوابط العمل الصحفي والاعلامي باختلاق الأكاذيب وأخرى لعبت دور الثورة المضادة وتعمل على الارباك ومغالطة الرأي العام.." (محمد سامي الطريقي 2013)

وبالاشارة إلى ما سبق وبالرجوع إلى تجارب الانتقال الديمقراطي في دول ما كان يعرف بأو روبا الشرقية (الشيوعية) مثلاً يبدو أنّ التحديات التي تمّ ذكرها في ما سبق هي نتاج طبيعي ومنتظر للتحول السياسي من حكم شمولي سيطر فيه الحزب الحاكم على كل مقدّرات البلد لأكثر من خمسة عقود إلى حكم ليبرالي ديمقراطي تشترك فيه أطياف سياسية مختلفة في السلطة وتتمتّع فيه وسائل الاعلام بحرية كاملة لا يحدّها إلا القانون الذي ينطبق على الجميع. وفي هذا السياق يرتئي الباحث جمال الزرن في دراسته حول تطوّر صحافة المواطن وعلاقتها بالديمقراطية إلى أنّ: "قوة صحافة المواطن تكمن في تلازم البعد الإعلامي بالممارسة الديمقراطية في مشروعها النقدي وهي مسألة فكرية قبل أن تكون إجرائية وخلاصتها أن وحدة وسلامة المجتمع تكمن في صحّة العلاقة القائمة بين كل وسائل الإعلام والمؤسسات الديمقراطية وهو ما يسمى بثنائية أو جدلية الإعلام والديمقراطية. لذلك تقوم الديمقراطية التشاركية المبناة على أساس صحافة المواطن على خلفية نقد أداء وسائل الإعلام التقليدية المنحاز، وهو ما يحيلنا إلى أنها بذلك تنقد أيدلوجيا الهيمنة التي تعتمد على وسائل الإعلام للتشريع لسياستها" (جمال الزرن 2013).

الرّقابة على الديمقراطية أو مهمّة كلب الحراسة

ظهرت نظرية أو مهمّة "كلب الحراسة" (Watchdog) في علاقتها بالصحافة في الغرب لتعني دور السّهر على مصالح الشعب وحماية الديمقراطية من أيّ خروقات. وقد شهدت العقود الماضية في أو روبا وأمريكا دورا متناميا لوسائل الاعلام كمدافع عن حرية التعبير والمبادىء التي تبنى على أساسها الديمقراطيات. ففي أحيان كثيرة تنتقد وسائل الاعلام الفساد السياسي وتقوم بدور الرقيب على مصالح المجتمع سواء في مجالات التعليم والصحة والاقتصاد والثقافة والهوية أو أيّ قضايا أخرى تهمّ الحياة اليومية للمواطنين. وفي هذا السياق يرى جمال الزرن بأنّ شبكات التواصل الإجتماعي، كأدوات للرّقابة، يمكن أن تتحوّل إلى مساهم في حماية الصّحافة التقليدية من الفساد وكذلك من نفوذ أصحاب المصالح الإيديولوجية والمالية وبالتالي حماية الديمقراطية نفسها. يقول الزرن أنّ "من خلال مشروعها لإنقاذ الديمقراطية تريد صحافة المواطن إنقاذ الإتصال والإعلام من آليات التوظيف

والإحتكار. يصبح ذلك ممكنا من خلال تفعيل الجدل والحوار الديمقراطي حتى يتمكن الناس -كلّ الناس- من تحديد مستقبلهم الفردي والجماعي بكل حرّية وشفافية، وبعيدا عن كلّ أشكال الضغط والتّلاعب. هكذا على الصحفي أن يعي بأنه فاعل اجتماعي له مسؤولية عندما يتعلّق الأمر بالقضايا السياسية والمصلحة العامة (جمال الزرن، 2013).

ويرى أيضا محمد النابلي (ناشط سياسي) أنّ الاعلام ينبغي أن يكون الأداة التي تكشف عن الفساد وذلك من أجل حماية الانتقال الديمقراطي الذي تمرّ به تونس. فحسب رأيه "لابد من كشف ملفات الفساد، ولا بد من الاصطفاف حقّا مع الثورة والترويج لمن قاموا بهذا، والتعريف بهم وليس اتهامهم كمستولين على السلطة. إنّنا نلمس عملية شيطنة لكلّ من قام بالثورة، خاصة التيار الإسلامي المعتدل، الذي يرون فيه خطرا كبيرا،حتى لوقبل بالرأي والرأي الآخر ويؤمن بالانتخابات والديمقراطية والتعددية والتداول على السلطة. العديد من الأطراف السياسية المتطرّفة ترى أنه أكبر تهديد لوجودها،إذ سمعنا قبل الانتخابات الكثير من أدعياء الديمقراطية يروّجون لاجراء انتخابات رئاسية نزيهة يشترك فيها الجميع. وحينما جاء الامتحان الحقيقي سقطوا فيه، وأثبتوا أنهم وكلّ تلك الأطراف المساندة لهم لا يؤمنون بالديمقراطية إلاّ إذا تمّ اقصاء حركة النهضة أو التيارات المساندة للثورة" . (محمد النابلي، 2013)

الرقيب على تجاوزات بعض وسائل الإعلام

قد مثّلت التطورات التكنولوجية في مجال الانترنيت خلال العقدين الأخيرين تحديّا ملحوظا لوسائل الاعلام التقليدية من جرائد ومحطات راديو وتلفزيون. إذ أنّ قدرة شبكة الانترنيت على نشر المعلومة وتخزينها وامكانية استرجاعها بسرعة فائقة من طرف المستخدمين أضحت مجالا هاما للقراء والباحثين في أي مجال من مجالات المعرفة والعلم. فلم تعد المعلومة حبيسة المكتبات أو مراكز البحث التقليدية، ولم تقتصر عملية الأرشفة على رفوف المكتبات أو المؤسسات المتخصصة في شتى أنواع الدراسات والبحوث. بل أصبح المجال الافتراضي على الشبكة العنكبوتية يحمل ربما أكبر قدر من المادة المعرفية. ولعلّ المكتبات الالكترونية المتوفّرة حاليّا على الانترنيت تفوق المادة المطبوعة في أيّ مبحث من مباحث العلم.

وبالنظر إلى هذا التطوّر الهائل، فإن الشبكة العنكبوتية أضحت أكبر منافس للتأثير على الرأي العام وأكبر مصدر من مصادر المعلومة تزاحم في ذلك وباقتدار الجرائد والإذاعة والتلفزيون. وبالنظر إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام في تونس يبدو أن هذه الشبكات صارت تلعب الدور المذكور أعلاه بالإضافة إلى دور الرّقيب على وسائل الإعلام التقليدية وبالخصوص الإذاعة والتلفزيون. ففي سبر الآراء المتعلّق بمرئيّات عيّنة من الناشطين في تونس حول التلفزة الوطنية بعلاقتها بشبكات التواصل الإجتماعي. ويتبين دور شبكات التواصل الإجتماعي مثل يوتيوب ووفايسبوك وتويتر في تصحيح الأخبار أحيانا، وأحيانا أخرى في تغطية القضايا الحيويّة التي تغفل عنها وسائل الاعلام التقليدية. إذ يرى 46٪ من العيّنة المستهدفة أنّ شبكات التواصل الإجتماعي صارت أهم وأفضل من القناة الوطنية في تغطية الأخبار بينما يرى 49٪ أنّ شبكات التواصل الإجتماعي تصحّح الأخبار المغلوطة على الوطنية و45٪ من التونسين يرون أن التلفزة الوطنية صارت في صراع مع شبكات التواصل الإجتماعي. وبالتالي يبدو أن الرأي الغالب للعديد من الناشطين في المجالين الإجتماعي والسياسي والحقوقي أن صفحات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالاعلام البديل من حقها أن تلعب دور الرّقيب وتحاول الوقوف على كل الثغرات قصد لفت الانتباه إليها.

ويرى حمادي معمّري أنّ "قبل الثورة كنا نعيش حالة انعدام الثقة بين المتلقّي والصحفيين، لذلك سمّانا البعض بعد الثورة بـ"إعلام العار". والحقيقة أننا لم نكن نمارس مهمتنا، إذ كان كل شيء منظّم ومسطّر من جهات خارجية. وأنت ما عليك إلا أن تكون كاتباً عمومياً من جهة القصر الرئاسي لتكون بوقاً دعائياً فقط، والآن يوجد نوع من المصداقية بدأت تعود، وبدرجات متفاوتة وهذه مسألة تخضع لأجندات سياسية". (حمادي معمري 2013)

ويرى أيضا محمد النابلي وهو ناشط في حركة النهضة، بأن مهمّته، كما هو الشأن بالنسبة للكثير من النشطاء على الشبكة، هي فضح بعض وسائل الاعلام التي تتسم بغياب المهنية إذ يقول: "لديّ نشاط على شبكات التواصل الاجتماعية ومن بين المهام هو فضح قنوات الإعلام المنحرفة عن دورها الحقيقي والذي جعلنا في حالة صدمة بعد أن كنّا قد ظننا أنه سيصلح نفسه بنفسه، وسوف يصطفّ إلى

جانب الثورة. إذ نلاحظ الآن أنّه صار يروّج لأعداء الثورة أكثر مما يفسح المجال للذين ساهموا في صناعة الثورة. وهذا مما يجعلنا نتمسّك أكثر من ذي قبل بضرورة الإصلاح الجذري للاعلام، فلابد أن يكون هناك تدخل قانوني ثوري حازم" . (محمد النابلي، 2013)

وتجدر الإشارة إلى أنّ وسائل الاعلام الرسميّة التي كانت قبل الثورة في خدمة الدكتاتورية لم تتطوّر في الغالب في ما يخص خطابها وتغطيتها الحرفية. إذ أن بعض هذه القنوات لم تحتف بالثورة ولم تباركها بل ساعدت على محاولة إفشالها منذ البداية، ثمّ النيل من كثيرين ممن ساهموا في انجاحها وذلك عن طريق التشويه. يضيف محمد النابلي في هذا السياق أنّه "بالنظر إلى من يمسك الآن بزمام الإعلام، نجد أن المتحكم هما قطبان رئيسيّان، القطب الأول هو التجمّعيين السابقين (الحزب الحاكم في عهد نظام بن علي) والقطب الثاني هو التيار اليساري المتطرّف، والذي له خصومة تاريخية مع التيار الإسلامي. فبالتّالي نقول أنه ليس من مصلحته أن يستدعي إسلاميا مثلا لبرنامج حواري صريح ليتكلم بحرية ويعبّر عن آرائه وفكره ووسطيته وديمقراطيته، بل لابد من أن يضع معه أطرافاً عديدة وإعطاءه وقتاً قليلاً جدّا لا يتعدّى خمس الحصة، فالمسرحية هنا واضحة وصريحة. . " (محمد النابلي 2013).

والمتابع مثلا للتغطية الإخبارية من العديد من القنوات لنشاط حكومة الترويكا يلحظ أنه يغلب عليها الجلد والنقد للحكومة ورصد الهفوات وتهويل الأخبار السلبية مثل الاضرابات والبطالة في صفوف الشباب. فمن ناحية تصرّ بعض وسائل الاعلام على تسمية هذه الحكومة بالمؤقتة، ومن ناحية أخرى يصرّون على طلب حلول دائمة أو طويلة المدى للمعضلات المختلفة بخصوص مشاكل التعليم والاقتصاد والتنمية والتشغيل إلخ. ويضيف محمد النابلي أن الشبكة العنكبوتية صارت مساحة هامة جدا لفضح التوظيف الأيديولوجي لوسائل الإعلام العمومية مثل التلفزة والإذاعة الوطنيتين. حسب رأيه فإنّ الانترنيت هي المساحة الوحيدة التي يمكن من خلالها فضح المستوى الرديء للعديد من - المذيعات والمذيعين اللذين يظهر عليهم بوضوح الحقد والكره للنهضة وللإسلام من خلال البرامج الحوارية الموجهة التي يتصدرونها. فلو فرضنا أن برامجها هي برامج معتدلة وتريد أن توفق بين الرأيين، لكانت دعت من كلا من الطرفين متحدثين بأسمائهم ومدافعين

عنهم،ولكن في الحقيقة ما تفعله هو أنها تحضر وتدعو ضيوفا بنفس التوجه ونفس الرؤية، فيحضر رأي دون وجود للرأي الآخر، وهذا بالطبع ليس له أية علاقة بالحيادية ولا المهنية المزعومة من قبلهم" . (محمد النابلي 2013)

صوت من لا صوت له - الشباب في خضم الثورة التكنولوجية

لا شك في أن الشّباب يعدّ الفاعل الرئيسي في الفضاء الافتراضي قبل وبعد الثورة التونيسية. وخاصة في ظلّ غياب مساحات بديلة للتعبير عن الرأي يمكن أن يندمج فيها الشباب يبقى المجال الإفتراضي المقصد والمنصّة التي تجمع الشرائح الشبابية المختلفة وبالخصوص المهمّشة سياسيا واجتماعيا. وكما يستنتج الصادق الحمامي في دراسته عن - الميديا الجديدة والفضاء العمومي - أنّ التطور التكنولوجي خلق واقعاً جديداً "أتاح (فيه) الفضاء الالكتروني والمنصّات التكنولوجية إمكانات واسعة للتعبير والفعل لفئات الشّباب المتعلّمة التي اكتسبت القدرة على ابتكار أنماط جديدة من التعبير عن هويّاتها الفردية والجماعية" (الصّادق الحمامي 2013).

وبالتالي فالانتقاد الموجّه إلى الشّباب على أنّه مثلا غير مهتمّ بالشأن العام من ذلك القضايا السياسية والثقافية والاقتصادية قد فنّدته أحداث الربيع العربي في تونس وليبيا ومصر وسوريا واليمن. ولاشك أن هذا الطرح قد نفته أيضا العديد من الدراسات التي أقيمت حول الاهتمام السياسي لفئة الشباب في الديمقراطيات العريقة (Loader 2007). وبالرغم من أن نسبة هامة الشباب قد أضحى لا يبالي بمتابعة نشاط الأحزاب السياسية، أو القضايا الشائكة المتعلقة مثلا بالسّياسة الخارجية لأي بلد،لكن هذا لا يعني أنهم لا يرعون أي اهتمام للقضايا التي تؤثر في حياتهم اليومية. وأيضا لا يمكن اعتبار عزوف الشباب عن الانخراط في الأحزاب السياسية وكذلك المشاركة في الانتخابات هو مظهر من مظاهر اللامبالاة. إذ أن أبحاثا مختلفة في الغرب نبّهت مثلا إلى أنه برغم تناقص نسب الشباب الذين يشاركون في الانتخابات العامة في دول الاتحاد الاوروبي فإنهم كذلك يهتمون بقضايا الشأن العام مثل التعليم والصحة والرياضة أو حتى قضايا الحرب والسلم. (Van Biezen, Mair, & Poguntke, 2012) ولا أدلّ على ذلك أنّ العديد من المسيرات المليونية التي

جابت شوارع لندن مثلا خلال الغزوالأمريكي للعراق سنة 2003 والتي ساهم الشباب والطلاب مساهمة كبيرة في الدعوة والتنظيم والحشد الجماهيري إليها. وقد ساهم أيضا الاتحاد العام للطلبة البريطانيين مساهمة هامة في حشد الطلاب على مستوى الجامعات البريطانية من الشمال إلى الجنوب بغرض مناهضة الحرب واعتبارها عدوانا ومؤامرة لتدمير العراق.

من جهة أخرى يمكن اعتبار عزوف الشباب عن الانخراط في الأحزاب السياسية أو الانتخابات هو شكل من أشكال الاحتجاج عن واقع التهميش الذي يعيشه قطاع هام من الشباب في الغرب. وبالتالي رفض الانخراط في العملية الديمقراطية هو في حد ذاتة الجهر بموقف سياسي وليس مجرد سلبية في التعاطي مع الشأن العام. أي أنّ التخلّف عن التصويت هو خيار واع وهو تسجيل موقف بهدف إرسال رسالة إلى صانعي القرار وإلى المهتمين بشأن الديمقراطية. وضمن الذين عبروا وبوضوح عن هذا الخيار في بريطانيا مثلا هو الكوميدي المشهو ر راسل براند (Russell Brand) عندما سئل في برنامج تلفزي على القناة التلفزية الأولى للبي بي سي (BBC1) عن موقفه من عزوف الشباب ولماذا يقاطع هو نفسه الانتخابات البرلمانية قال: "لا أقاطع الانتخابات لمجرّد الاستهتار أو السلبية، ولا أقاطع بغرض البحث عن الشهرة أو لكي أظهر بمظهر الاختلاف مع المجتمع ولكن نظرا للضّجر والإرهاق من الأكاذيب والغدر والخداع الذي يصدر عن الطبقة السياسية. هذه الممارسات التي ظلت مستمرة لأجيال والتي وصلت ذروتها الآن حيث لدينا طبقة اجتماعية واسعة من المحرومين والمهمّشين في المجتمع. هذه الطبقة الدنيا التي أصيبت بخيبة أمل والقنوط من هذا النظام السياسي. لذا أعتبر أنّ التصويت هو تواطؤ ضمني مع هذا النظام. وهذا الأمر لا أتوافق معه" (Loader et al. 2014).

وبالرجوع إلى الثورة التونيسية، لا شك أن المتابع للشأن العام وبالخصوص وضع الشباب بعد الثورة يلحظ أنّ فئة الشباب قد أصيبت بخيبة أمل من معظم الأحزاب السياسية خلال الفترة الماضية من الإنتقال الديمقراطي وبالخصوص بعض الذين يتحدّثون باسم الشباب ويدّعون خدمة الشباب. ولكن الوقائع أيضا تثبت أن الفئات الطلابية والشبابية قد تمكنت من أخذ زمام المبادرة في تحريك العديد من

القضايا الاجتماعية في تونس من ضمنها التعليم، والدفاع عن قضايا الهوية والثقافة. وهذا ما سوف نناقشه في النصف الثاني من هذا البحث بداية بعلاقتها بالمجتمع المدني ثم ظاهرة الموطنون الصحفيون ودورها في التغيير الإجتماعي.

شبكات التواصل الاجتماعي ودعم المجتمع المدني

لاشك أن منظمات المجتمع المدني حضيت في العقدين الأخيرين بالكثير من الاهتمام من قبل أطراف دولية مختلفة في المنطقة العربية. وذلك أنه تمّ اعتبار أن دعم المجتمع المدني هو جزء من الحلّ للخروج من حالة الركود والاستبداد التي عاشتها بعض الدول العربية سابقا مثل تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن. وعليه فالإهتمام الأو روبي والأمريكي بالأساس في دعم المؤسسات المدنية في المنطقة العربية أخذ أشكالا متعدّدة من مثل الدّعم المالي واللوجستي المباشر للمنظمات الغير حكومية في إطار تفعيل أنشطتها، أو التدريب القيادي لريادة الجمعيات المدنية،أو المنح الدراسية للمتفوّقين والذين يؤمّل أن يعودوا إلى بلدانهم للمساهمة في تطوير المؤسسات الثقافية والحقوقية والإجتماعية المختلفة. ولكن منذ التسعينات من القرن الماضي قد نتج عن هذه المجهـو دات الدولية ردود أفعال مختلفة في العالم العربي. فمن جهة استفادت العديد من الجمعيات والمؤسسات بعطاءات سخية من المانحين الأو روبيين والأمريكيين،وكنتيجة لذلك طوّرت العديد من المنظمات في أدائها وأنشطتها وحتى في مدى إشعاعها بالخصوص ضمن الطبقات المثقّفة. وبالتالي صار ينظر إليها على أساس أنها سوف تساهم في تقوية المجتمعات العربية وبالتالي تهيئتها لقبول النموذج الديمقراطي الليبرالي. ومن جانب آخر فقد رأى بعض الباحثين والمحللين أن هذه المنظما ت باتت في كثير من الأحيان تحمل أجندات أجنبية ولا علاقة لها بالضرورة بالمصالح الحيويّة لهذه البلدان. وهي مدفوعة من الخارج، أي من طرف الدول المانحة للقيام بدور محدّد يمكن أن يصل إلى التوظيف الأيديولوجي مثلما وقع في تونس أو مصر قبل وبعد ثورة 14 يناير 2011.

وبغضّ النظر عمّا سبق ذكره،فإن النّقلة التاريخيّة بخصوص تطوّر عمل هذه الجمعيات في الكثير من الدول العربية قد ترافق مع التطور السّريع لتكنولوجيا الانترنيت وبالخصوص خدمات شبكات التواصل الإجتماعي. إذ يمكن الجزم بأن

التطور الذي يشهده العالم حاليا في هذا المجال يمثّل مرحلة تاريخية فاصلة بخصوص قدرة هذه المنظمات الأهلية على التواصل مع الجماهير. وقد بيّنت العديد من الدراسات العلمية خلال السنوات الماضية الأبعاد الإجتماعية والسياسية والثقافية التي نتجت عن تطور هذه الشبكات. وهذه التداعيات تتشابه سواء تعلّق الأمر بمدلولاتها في الدول الغربية والليبرالية أو الدول العربية والإسلامية، إذ أنّ الظاهرة صارت ذات تأثير كوني مع بعض الاختلافات البسيطة. ويتلخّص الدور المحوري لهذه الشبكات واستخداماتها من طرف الجمعيات في النقاط التالية: (أولا) التواصل بين فئات المجتمع المختلفة، إذ سهلت هذه الشبكات العملية التواصلية بين الأفراد والجماعات، ومثّلت أداة سريعة وناجعة تخترق في كثير من الأحيان الرّقابة الرسمية. (ثانيا) نشر ونقل الأخبار والوقائع وظهو ر ما يسمى بالمواطن الصحفي. (ثالثا) خلق مساحات حرّة للنقاش وتبادل الآراء حول القضايا المتعددة التي تهمّ المواطنين. والحال أنّ هذا المجال الافتراضي لم يكن متاحا خلال حقبة الدكتاتورية في تونس فإنّه الآن يعدّ مجالا رحبا يسهّل لهذه المنظمات القيام بدور الرقابة على المؤسسات الرسمية ووسائل الاعلام بالاضافة إلى الحشد والتأطير.

شبكات التواصل الإجتماعي كإعلام بديل

لقد مثلت وسائل التواصل الاجتماعي خلال الثورة وبعدها منفذا للمعلومة وإعلاما بديلا للعديد من الفئات المهمّشة خاصة من الشّباب والطلّاب. وبالرّغم من أنّها لم ترتق إلى مهنيّة وسائل الإعلام المحترفة فإنّها تعدّ منبرا لحريّة التعبير بالنسبة للناشطين السياسيين والحقوقيين من أطياف مختلفة. وضمن النّتائج التي توصّل إليها البحث حول دراسة شبكات التواصل الاجتماعي والانتقال الديمقراطي في تونس أنّ هذه الشّبكات الافتراضية على الشبكة العنكبوتية كانت ولازالت بمثابة المتنفس لحريّة التّعبير ومساحة تفاعليّة هامّة للحوار الاجتماعي والتفكير الحرّ في تونس. يقول وليد (اسم مستعار) وهو من ضمن الذّين تمّ التعرّف عليهم من النّاشطين الشباب... لدي أكثر من صفحة على الفايسبوك، وأملك أيضا مدوّنة أكتب فيها ما يجري حولي من أحداث. وأنا فرد من شباب الثورة الذين ولدوا من رحم صفحات التواصل الاجتماعي التي تعدّ إعلاما بديلا، وإعلاما يحكي باسم

الشعب، وباسم كلّ من لم يتكلّم ويعاين وضعيّات معيّنة للتّونسيين الذين فتحت لهم الثورة آفاقا جديدة، والمجال ليعبّروا عن آرائهم. فأكتب باستمرار في عدد من الصّفحات منها: "تونس صوت الإسلام والعروبة و..yes weekend"، وأتابع مواقع مختلفة مثل "ثورة نيوز" وهي تجربة جديدة وعبارة عن قناة تبثّ الأخبارعبرالانترنت (وليد، 2013).

ويتكشف أيضا من خلال الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث أنّ استخدام الشبكة العنكبوتية والانخراط في النشاط الالكتروني عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي يحضى باهتمام متزايد لدى التونيسيين وبالخصوص بعد الثورة. إذ أثبتت الدراسة أن التواجد في العالم الإفتراضي من أهم الأنشطة اليومية التي يقوم الأفراد رغم إختلاف الأعمار والتوجّهات والمستويات التعليمية. وحسب العينة التي تمّ إجراء الدراسة عليها فإنّ المعدّل اليومي للسّاعات التي يقضيها الشّخص في استخدام الإنترنت يصل إلى 6 ساعات،وأنّ نسبة الذين يقضون بين 4-6 ساعات يوميا على الوسائط المتعدّدة للانترنيت هو 43٪. وأن 18٪ من الذين شملهم البحث يقضون أكثر من 7 ساعات يوميا على الشبكة. وهؤلاء هم غالبا الناشطون السياسيّون أو الحقوقيّون. أمّا بخصوص تصنيف المواقع بحسب إهتمامات المستخدمين فإنّ المواقع السياسية حازت على المرتبة الأولى، إذ أنها تحظى باهتمام أكبر نسبة من المتابعين وهي 46 ٪ تليها المواقع الثقافية والترفيهية 43 ٪ ثمّ المواقع الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة 4٪.

من جهة أخرى أظهرت الدراسة الاهتمام المتزايد حول استخدام الفايسبوك ضمن الشريحة المستهدفة لهذه الدراسة. وهذه النتيجة تعزّز نتائج دراسات أخرى أقيميت حول استخدامات الفايسبوك قبل الثورة والتي تؤكد انّه الوسيلة التواصلية المفضّلة من ضمن شبكات التواصل الإجتماعي لدى العديد من النشطاء. إذ حظى الفايسبوك بالمرتبة الأولى بنسبة تفوق الثّلث أي ما يعادل 35 ٪ ثم يليه تويتر بنسبة 30٪ أما المرتبة الثالثة فيحتلها موقع قناة الجزيرة بنسبة 13 ٪ثم موقع الصدى.نت بنسبة 9٪. والمراتب الثلاث الأخيرة كانت من نصيب مواقع وكالات الأنباء ثم صيد الفوائد ثم أو روسبورت 6٪ و4٪ و3٪.

ويبدو أن القاسم المشترك الذي ساهم في توحيد العملية التواصلية لدى عموم شباب الثورة كان توحيد أداة التواصل بينهم عن طريق فايسبوك. وكذلك كان الشأن بعد الثورة إذ حافظ هذا الفضاء على حضوته لدى الجمهور بل وتطوّر ليصبح من أهمّ المساحات التفاعلية التي يلتقي فيها المئات من الآلاف من التونيسيين لمناقشة قضايا متعددة تهمّ شتىّ جوانب الحياة. ولعلّ الصحفي بوبكر بن عمر من ضمن الذين عبّروا عن إهتمامات الألاف من مستخدمي الفايسبوك في تونس حيث يقول "نعم لديّ حساب على الفايسبوك. فهو نافذة للاطلاع على ما يحدث في العالم وما ينشر في الصحافة الالكترونية. الفايسبوك لا ينقل اليوم ما يريده الصحفيون فقط، بل يحتوي على بثّ محتوى الكثير من التلفزات والإذاعات. ولكن يجب أن يكون لديك رؤية نقدية فلا تأخذ كل شيء كما هو، بل يجب الغربلة، فليس كل الناس صحفيّون ويحترمون المصداقية والمهنية. ولكني أعتبر الفايسبوك وسيلة إعلام مهمة وتوفّر مزايا كبيرة للمستخدمين". (بوبكر بن عمر 2013)

نشر الإشاعات والتحريض على الفوضى والعنف

ما سبق ذكره من مزايا للشبكات التواصلية على الانترنيت في خدمة الثورة والانتقال الديمقراطي في تونس لا يستثني بأي حال من الأحوال التداعيات السلبية لاستخدامتها من طرف العديد من الفاعلين في المجال الإجتماعي أو السياسي. فلقد بيّنت الدراسة التي تمّ اجرائها على شريحة من المواطنين التونيسيين أنّ تكنولوجيا الانترنيت يتمّ أيضا استغلالها لبثّ الشّائعات والأخبار الكاذبة بغرض إشاعة مناخ من الفوضى وعدم الاستقرار في البلاد، ما من شأنه أن يعيق كلّ سبل التطور والانتعاش الاقتصادي في البلاد.

وعموما يقصد بالشائعات (من إشاعة) الأقوال والروايات والأخبار التي تنشر في صفوف مجموعة بشرية ويتناقلها الناس عبر وسائل مختلفة دون التثبت من صحتها أو التحقق من مصادرها. وعادة ما تصدر الشائعات من مصادر غير معروفة وتنسب إلى مجهو لين. وعادة أيضا ما تستهدف الإشاعة تشويه أو الإستنقاص من طرف مناوء وتهدف إلى إلصاق صورة نمطية سلبية تؤدي في المحصلة إلى إقصائه أو حتى تصفيته. ولعلّ الوسط الإلكتروني هو الفضاء الذي يسهل فيه انتشار

الشائعات نظرا لأسباب عديدة منها غياب القوانين الرّادعة التي يمكن أن توقف مثل هذه الظواهر السلبية في المجتمع،ثم عدم قدرة الأجهزة الرقابية من إحصاء الكمّ الهائل من المعلومات في شكل عبارات أو صور أو مقاطع فيديووالتي يمكن أن تصنّف على أنّها تسعى إلى بثّ المعلومات الخاطئة والأكاذيب. إذ الخبر المعتمد من طرف وسائل الإعلام له مرتكزات أساسية تبنى على تكامل عناصره الستة المعروفة (من؟ ماذا؟ اين؟ متى؟ كيف؟ لماذا؟) والتي لعل أهمها ماهية المصدر. لذا يتم اعتماد خبر ما مصدره وكالة أنباء معروفة أو مراسل لمؤسسة إعلامية مرموقة أو هو نابع من مصدر حكومي أو مصدر آخر موثوق. وحيث تغيب عن الكثير من المواطنين الأخبار التي تروّج على صفحات التواصل الإجتماعي هذه المعايير الهامة فإن تأثيرها يكون ضارّاً في أغلب الأحيان.

ولعلّ عدم انزلاق معظم المؤسسات الإعلامية الجماهيرية مثل الإذاعة والتلفزيون نحواتباع هذا النّهج في التغطية الإخبارية أو الحديث عن القضايا المختلفة التي تهمّ المجتمع دليل على استشعارها لأهمية المسؤولية الاجماعية من جهة وامكانية المتابعة القانونية الوشيكة حالما أرادت هذه المؤسسات تغيير سياستها االتحريرية.

ولا شك أن انتشار العديد من الإشاعات المجهو لة المصدر والتي أحيانا ما تتوافق مع ثقافة المتلقي ساعدت في تسميم المناخ السياسي والإجتماعي خلال السنوات الماضية من الإنتقال الديمقراطي في تونس. ومن مظاهر تأثير بعض الإشاعات هو تفشّي الخصومة والبغضاء بين الأطياف السياسية والأيديولوجية المختلفة وانتشار مناخ من الخوف وانعدام الثقة والترقب،ما من شأنه أن يؤثر على استقرار المجتمع. ولعلّ من أهمّ التداعيات السلبيّة هي إرباك العملية السياسية والمسار الديمقراطي برمّته. وبحسب خولة بن قياس فإنه ?يبدوواضحا أن شبكة الفايسبوك مثلا بعد الثورة، كان لها دور كبير في توعية للناس، ولكن للأسف بعد مدة أصبحت ساحة للحرب، إذ تبدل مستوى الخطاب،فظهرات ثقافة جديدة وهي ثقافة الإشاعات التي يتم تداولها بين الناس عبر الفايسبوك مثلا. فقد كانت المصدر الأهمّ للمعلومة قبل الثورة كما هو الشأن بعدها. والآن نقرأ فيها الإشاعات وهتك الأعراض والسبّ إذ من كانت له مشكلة مع أحد فإنه يصفّي حسابه بالتشهير به

عبرها" (خولة بن قياس 2013). ويتّفق مع هذا الرأي عديد من الاعلاميين والمتابعين للشأن العام في تونس. فبينما يبارك العديد من الخبراء هذا الانفتاح الإعلامي ومدى تحرّر الكلمة من سلطة الرقابة المشدّدة في عهد النظام السابق لزين العابدين بن علي. في نفس الوقت يرون أن الانفتاح الغير مقنّن والمنظم يمكن أن يتحوّل إلى فوضى وبالتالي تنتج عنه تداعيات خطيرة. إذ يرى مثلا الاعلامي إقبال الكلبوسي أن الكثير من صفحات التواصل الاجتماعي "أصبحت وسائل إعلامية ومكانا خطيرا للتشهير بالناس والأشخاص والمؤسسات. فعندما أبحث في صفحة على الفايسبوك وأجد تشهيرا بأحد الشخصيات فإنّني أتحرّى من الخبر أولا. فإن كانت الأخبار جميعها ذات مصداقية عالية،فستكون مواقع التواصل الاجتماعي شيئا ايجابيا ولا يخفى شيء ولا خبر على الناس وستظهر بالتالي في أقرب وقت للمواطنين. ولكننا للأسف الآن نرى العديد من الإشاعات والأخبار والأكاذيب منتشرة على الفايسبوك، فصرنا عندما نقرأ الخبر،نعرف توجه الشخص الذي كتبه بدون قراءة سيرته الذاتية. فصرنا في حرب إعلامية وحرب أخبار على الفايسبوك" . (إقبال الكلبوسي، 2013).

ولعلّ الاستخدامت السلبيّة لهذه الشبكة تلخّصها أيضا الرّدود التالية من طرف إعلاميين وناشطين حقوقيين الذين يرون أن هذه الفضاءات قد تمّ في كثير من الأحيان توظيفها توظيفا أيديولوجيا موجّها وأضحت بالتالي بؤرا للتشويه وبثّ الفوضى وأدواة لتقويض النسيج الاجتماعي.

"بالتأكيد الفايسبوك له دور هام في تشكيل الرأي العام،فمثلا في تشويه صورة بعض السياسين والتشويش على بعض القرارات التي ربما تكون مفيدة للبلاد من قبل الأشخاص الذين يتمّ استخدامهم من جهات سياسية وهذا ثابت وصحيح للأسف" . (بوبكر بن عمر 2013)

"شبكات التواصل الاجتماعي في رأيي عبارة عن سلاح ذوحدّين، لا أحد ينكر دور الفايسبوك مثلا في مرحلة ما قبل الثورة،أما خلال الثورة فكانت فترة بروز للاستخدام المنقطع النظير على حساب وسائل الإعلام التقليدية،بمختلف أنواعها. وأنا أجزم أن وسائل الإعلام في تلك فترة لم تكن تمارس دورها،والثورة

باغتت الجميع وكذب من قال أنه تنبأ بسقوط بن علي. ولكن في نفس الوقت نرجع للمحاذير الخاصة بهذه المواقع الاجتماعية من أخبار زائفة والتي قد تثير البلبلة وتمس حتى الأمن الوطني للبلاد،وتهين الآخرين وتمسهم وتجرحهم، هذا ما سقطت فيه بعض صفحات الفايسبوك. فيا حبّذا لوكانت المواقع الاجتماعية مكانا للتنافس الفكري النّزيه (حمادي معمّري: 2013)

"في وقت ما ظن الناس أن شبكات التواصل الإجتماعي قد تكون الإعلام البديل عن الوسائل التقليدية مثل الصحف والتلفاز والإذاعة. ولكن تبيّن بعد ذلك أنه نظرا للخلط الكبير وترويج عديد الأخبار الكاذبة والفاقدة للمصداقية،مما جعل الكثير من الناس يأخذون موقفا من هذا النوع من الوسائل. فللأسف الشديد قد غاب الهيكل المنظّم لهذه الشبكات الاجتماعية التي كان بإمكانها أن تصبح رافدا من الروافد التي ترتقي بوسائل الإعلام خاصة ما بعد الثورة لكن هذا الأمر لم يتمّ تناوله بالطريقة الصحيحة.. " (هادي الدّاهش 2013)

وحول الحديث عن صفحات التواصل الاجتماعي ودورها في نقل المعلومة يرى معز الخضراوي - أنه يجب التحرّي والتحقق من المعلومة التي يكون مصدرها الفايسبوك - خاصة بعد تزايد عدد هذه الصفحات والمغالطات التي أصبحت تتناقلها. فهنالك مثلا بعض مقاطع الفيديو والصور التي تكون من خارج تونس وفيها مثلا تعذيب أو انتهاكات وتروّجها بعض الصفحات على أساس أنها وقعت في تونس وهذا تشويه غير مقبول... إنّ بعض صفحات التواصل الاجتماعي تعمد الى المغالطة أحيانا من خلال الصاق صور بالأحداث وهذه الصور عادة لا يتم نقلها من موقع الحادث بل تكون مركّبة (معزّ الخضراوي 2013)

ويضيف محمد سامي الطريقي أنّه "يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تمارس دور اعلامي ولها أن تكون مع الحكومة أو ضدّها ويمكنها أيضا صناعة رأي عام لكن دون اسفاف وسباب وقذف الأعراض وغيرها من الأساليب غير المقبولة. وإذا تواصل هذا الشكل من الاعلام فسينسف الكلّ معارضين وموالين" . (سامي الطريقي 2013)

"دورها مثل دور أي وسيلة إعلام أخرى ونسبة الإقبال عليها كبيرة. فالتعامل

معها مهمّ جدا، إذ لربّما الجريدة التي يقرأها 2000 شخص مثلا أو الإذاعة التي يسمعها قلة من الناس ليس لديها نفس الانتشار والتأثير مثل الفايسبوك الذي يتخطّى الحدود والعوائق التكنولوجية بالإضافة إلى الرقابة التي يمكن أن تواجه الاعلام القديم. ولكن للأسف كل من هبّ ودب أصبح الآن يكتب عبر الفايسبوك وصار يؤثر بصفة سلبية في الحياة السياسية، مثل نشر العديد من الأخبار الزائفة التي أثارت البلبلة في الوسط والشارع. بل وحتى هناك أشخاص مخصوصين ينتمون إلى "الثورة المضادة" يستخدمونه كوسيلة لمحاربة الثورة" (بوبكر بن عمر 2013).

شبكات التّواصل الاجتماعي والتطرف

وبالنظر إلى النقاش السابق فإنّ التطورات التكنولوجية الحديثة فتحت مجالا آخر من التأثير على الرأي العام وكذلك منحت الفرصة للاعبين جددا على الساحة الذين تمكنوا من أن يقتسموا الكعكة مع الفاعلين الآخرين في العالم الافتراضي. إذ أن شبكات التواصل الاجتماعي فتحت المجال واسعا رغم القوانين والتشريعات أمام الجماعات المتطرفة لكي تخترق حاجز الرقابة وتتمكن من أخذ مواقع متقدمة في التأثير على الرأي العام وبالخصوص الشباب والمهمشين. ورغم أن إثبات هذا الادّعاء يستدعي جهدا منظّما ينبني على دراسات علمية ممنهجة، فإنّ قرائن عديدة تشير إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي سهلت العملية التواصلية بين الجماعات المتطرفة وعلى مستوى دولي، ومهدت الطريق للعضوية في هذه الجماعت والانخراط في عملها بالإضافة إلى أنها فتحت المجال واسعا لها لنشر أفكارها وبالتالي التأثير المباشر. وفي هذا السياق تؤكد العديد من التقارير الرسمية (الصادرة من حكومات مختلفة) بأنّ التكنولويجا الجديدة صارت هي ميدان الحرب الحقيقية التي تتمّ فيها مقاومة الأفكار المتطرفة من شتى الفرق والجماعات في الغرب والشرق. لذا لا ينبغي الاكتفاء بسنّ القوانين الرّادعة واتخاذ الإجراءات الرقابية المختلفة للسيطرة على الظاهرة والحدّ من تأثيرها في المجتمعات المختلفة.

ومن ضمن التقارير الدورية التي تنشرها مجموعة سايت للاستخبارات بالولايات المتحدة والمتخصّصة في دراسة الجماعات المتطرفة، نبّهت مديرة المركز ريتا

كاتز من الخطر الحقيقي لاستخدام بعض الجماعات لشبكات التواصل الاجتماعي مثل تويتر. وقد صرّحت ضمن مقال لها حول فشل السلطات والهيئات الرقابية من السيطرة على تأثير تنظيم الدولة مثلا على شبكة الانترنيت وخاصة تويتر مأكّدة: "...أقولها مرّة أخرى، إنّ إغلاق حسابات على تويتر لن يكون كافيا لإيقاف تنظيم الدولة من نشر أفكاره على الانترنيت... إنّ خطر هذا التنظيم من خلال شبكة التواصل الإجتماعي تويتر حقيقي. هذا الفضاء هو في واقع الأمر منصّة هامة لانتداب الأعضاء الجدد للتنظيم، ويتمّ من خلاله تجنيد الأفراد الذين يقومون باعتداءات، بالإضافة إلى العديد من الرسائل الخطيرة التي يتمّ تناقلها حول أرجاء مختلفة من العالم. إذا عرفنا هذه الحقيقة فلا ينبغي أن نستغرب أن تويتر وانطلاقا من الميزانية المحدودة التي يملكها والفريق الذي لديه يمكن أن ينتج أدواتا أكثر تعقيدا لهذا الغرض وحتى لوحاولوا. والحقيقة أيضا أنّه وخلال كتابتي لهذا المقال، تمّ إغلاق موقع أسوتيري (Aswitiri) رقم 122 (والذي يديره أعضاء من تنظيم الدولة) من طرف تويتر (Twitter). ولكن سرعان ما أطلق أسوتيري حسابه رقم 123 مباشرة ليستقطب حوالي 10000 شخص من المتابعين خلال ساعات. هذا إذا دليل واضح على أنّ حرب تويتر ضدّ تنظيم الدولة غير مجدية في الوقت الحاضر،وفي واقع الأمر مخجلة أيضا (Katz 2015).

ويرى الكثير من الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني والمهتمين باصلاح الاعلام أن وسائل الاعلام عموما وبالخصوص محتوى شبكات التواصل الاجتماعي لها دور هام في تشكيل الرأي العام، ويمكن في كثير من الأحيان أن تؤدّي إلى تأثيرات سلبية على سلوكيات الشباب والأطفال من قبيل الجنوح إلى العنف والوحدة بالإضافة إلى التأثيرات الصحية مثل السمنة وضعف البصر. وترى خولة بن قياس مثلا أنّ ?فئة كبيرة من الشباب والمراهقين يستقون الأخبار المحليّة والدولية من الفايسبوك والتويتر واليوتيوب ويتابعونها ويواكبونها أيضا باستمرار. وإذا لم نتابع هذا الأمر جيدا فإننا لن نستطيع أن نعلم ما يقرؤه أبنائنا،وما هي المؤثرات التي يتعرّضون لها. فهذه المواقع ساحة واسعة وفضاء حرّ لكلّ من دبّ وهبّ، وليس لها حدود.."(خولة بن قياس 2013).

الخاتمة

ختاما تجدر الإشارة إلى أنّ الجدل حول تأثير وسائل الإعلام قديم قدم ظهور الصحافة. والجدل المتعلق بدور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير سوف يتواصل على ضوء المستجدّات الدولية وبالخصوص دورها في الانتقال الديمقراطي والتطور الاجتماعي الذي تمرّ به عديد الدول العربية. ولا شك أن الثابت إلى حدّ الآن أن التكنولوجيا الجديدة فتحت مجالات غير مسبوقة للتواصل والتنظم بين الأفراد والمجموعات والأحزاب المختلفة على الساحة التونسية مثلا. بالإضافة إلى أنّها خلقت مساحات واسعة للحوار وانتشار المعلومة على نحو يفوق ما تقوم به بعض المؤسسات الاعلامية التقليدية. هذا الفضاء الافتراضي المتحوّل والذي يتّسع بمرور الأيام من ناحية الفاعلين والمتابعين والمادة المتاحة يستدعي مجهودات مضاعفة لدراسة مآلاته وتأثيراته على الساحة التونيسية وخاصة مساهمة هذه الظاهرة خلال الحقبة الحالية التي تمرّ بها تونس من انتقال ديمقراطي.

مراجع البحث الثاني

المراجع باللّغة العربية:

جمال الزرن (2013) "صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا"، Journalist Indepen-dent، 15/11/2013. http://journaliste222.blogspot.com/2013/11/blog-post_25.html

جـمـال الزرن (2005)، "تسـاؤلات عن الإعـلام الجـديد والإنتـرنـت، العـرب وثورة المعلومات"(جماعي)، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص: 111

الصادق الحمامي، (2015)"الميديا الجديدة والفضاء العمومي"،مجلة الإذاعات العربية، البحث متاح على الرابط التالي: http://sadokhammami.blogspot.com/2011/11/blog-post_09.html

ليلى الحسيني (2013). منتجة برامج بالتلفزة الوطنية التّونيسية (مقابلة شخصية). تونس،التّاريخ 03 نوفمبر 2013

وليد (اسم مستعار) (2013) ناشط في مجال حقوق الانسان. (مقابلة شخصّية). تونس،التّاريخ 10 نوفبر 2013

إقبال الكلبوسي (2013)،مقدّم برامج بالتلفزة الوطنية التونيسية (مقابلة شخصية). تونس: 09 نوفمبر 2013.

بوبكر بن عمر (2013)،منتج برامج حوارية بالتلفزة الوطنية التونيسية (مقابلة شخصية). تونس: 02 نوفمبر 2013.

فوزية الغيلوفي (2013)،صحفية بالاذاعة الثقافية التونيسية،وعضوهيئة تدريس بمعهد الصحافة وعلوم الأخبار (مقابلة شخصية). تونس: 03 نوفمبر 2013.

حمادي المعمري (2013)، صحفي في الإذاعة الوطنية التونسية عمل سابقا فكمدوّن على شبكة الانترنت (مقابلة شخصية)،تونس: 03 نوفمبر 2013

محمد سامي الطريقي (2013)،محامي وناشط حقوقي (مقابلة شخصية)،تونس: 10 سبتمبر 2013

خولة بن قياس (2013)،صحفية،قناة الزيتونة،(مقابلة شخصية)،تونس: 15 سبتمبر 2013

د. هادي الداهش (2013)،طبيب واستاذ جامعي،(مقابلة شخصية)، تونس: 08 سبتمبر 2013

المراجع باللّغة الانجليزية:

Arab Social Media Report (2014), ”Citizen Engagement and Public Services in the Arab World: The Potential of Social Media?. Governance and Innovation Program at the Mohammed Bin Rashid School of Government, 25 June 2014. www. arabsocialmediareport.com. Accessed 26 April 2015.

International Communications Union (2014). Accessed 26 April 2015. http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2014.aspx

Katz, Rita (2015), ”How the Islamic State is still Thriving on Twitter”, SITE Intelligence Group, USA, http://news.siteintelgroup.com/blog/index.php/entry/377-how-the-islamic-state-is-still-thriving-on twitter’utm_content=buffere9718&utm_medium=social&utm_source=linkedin.com &utm_campaign=buffer. Accessed 24 April 2015

Loader, B. D. (2007). Young citizens in the digital age: Political engagement, young people and new media. London: Routledge.

Loader, Brian D., Ariadne Vromen & Michael A. Xenos (2014) “The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement”, Information, Communication & Society, 17:2, 143-150

Roy, Oliver (2005), ”The Predicament of “Civil Society” in Central Asia and the “Greater Middle East”?, International Affairs, 81(5),p. 1001

Van Biezen, I., Mair,P., & Poguntke, T. (2012). Going, going,ìgone? The decline of party membership in contemporary Europe. European Journal of Political Research, 51(1), 24?5

ملخص السيرة الذاتية:

د. نورالدين الميلادي حاصل على الماجستير والدكتوراه في الإعلام والاتصال من جامعة وستمنستر، لندن، ببريطانيا. قبل الالتحاق بجامعة قطر قام بتدريس مادة الإعلام والصحافة منذ سنة 2001 في جامعات بريطانية مختلفة منها جامعة وستمنستر، جامعة ميدل اسّكس ولندن متروبولتن وجامعة نورثهامبتن. وضمن خبراته الأكاديمية ساهم في تطوير برامج الماجستير والبكالوريوس في الإعلام والصحافة في جامعات مختلفة ببريطانيا وشغل ضمن لجنة الاعتماد الأكاديمي لبرنامج الاتصال الجماهيري لجامعة هارتفردشاير البريطانية بسنغافورة وأشرف على عديد بحوث الماجستير والدكتوراه في الإعلام والإتصال ودعي كممتحن خارجي لرسائل الدكتوراه في نفس التخصص. وهو أيضا عضو بكبرى الجمعيات الدولية في الإعلام والاتصال ويشغل الآن رتبة أستاذ مشارك في الإعلام والاتصال بكلية الآداب والعلوم بجامعة قطر. نشر عدة مقالات علمية في كتب ومجلات علمية محكمة في الإعلام والصحافة وشارك في عدة برامج حوارية وتلفزية وإذاعية وهو أيضا رئيس تحرير مجلة علمية دولية محكمة باللغة الإنجليزية تعنى بدراسات الإعلام العربي. ومن ضمن اهتماماته البحثية: الاعلام وتشكيل الرأي العام، أخلاقيات الاعلام، شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير، ظاهرة الجزيرة والشباب والهو ية والاعلام الجديد.

البريد الالكتروني:

Noureddine.miladi@qu.edu.qa

noureddinemiladi@yahoo.co.uk

3

البحث الثالث

تقييم أساتذة الإعلام والاتصال العرب

الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية

2014-2011

أ. أديب خضور
جامعة الشرق الأوسط
عمان - الأردن

ملخص:

يتعرض هذا الفصل بالدراسة والتحليل إلى تطور شبكات التواصل الإجتماعي في تونس بعد ثورة 14 يناير 2011 والدور المحوري الذي لعبته في فتح هامش حرية التعبير على مصراعيه. إذ مثّل هذ الحدث التاريخي نقطة فاصلية في تاريخ تونس الحديث وشمل كل جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية. وصاحب هذا التغيير تحوّل كامل في المشهد الاعلامي أخذت تتضح معالمه خلال السنوات الأربع الماضية من الثورة. وبالرجوع إلى نتائج بحث ميداني على عيّنة من المجتمع التونسي شملت فئات عمرية وطبقات اجتماعية مختلفة وباعتماد استبيان تم إجراؤه على عدد 470 مواطن تونسي بالاضافة إلى مقابلات مع عيّنة مختارة من الصحافيين بالمؤسسات الاعلامية المختفلة وناشطين في الحقلين السياسي والحقوقي، تخلص هذه الدراسة إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي مثلما استخدمت بشكل فعال في صناعة الثورة،تعدّ الآن أداة مهمّة في متناول النشطاء السياسيين والحقوقيين وجمعيات المجتمع المدني في الانتقال الديمقرطي الذي تمّر به تونس.

البحث الثالث

تقييم أساتذة الإعلام والاتصال العرب
لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية 2011-2014

مقدمة

تشهد المنطقة العربية أحداثاً غير مسبوقة تطال مختلف جوانب حياة جميع شعوب المنطقة. وتزداد قوة حضور الإعلام، وخاصة القنوات الفضائية الإخبارية، في هذه الأحداث. ودخلت الحياة السياسية في علاقة جدلية غير مسبوقة مع وسائل الإعلام. وتعد الأزمة السورية واحدة من الأحداث الضخمة والمعقدة في المنطقة. كما تعد قناة الجزيرة الإخبارية الفضائية واحدة من القنوات القوية الحضور على الساحة الإعلامية العربية، وربما العالمية. وكانت "الأزمة السورية" أحد أهم الأحداث التي قدمت لها الجزيرة تغطية إخبارية كثيفة وشاملة ومستمرة. ولكن هذه التغطية تعد من منظور إعلامي واحدة من القضايا الإشكالية، التي تعددت فيها الآراء واختلفت، واستدعت، بالتالي، الكثير من البحوث والدراسات.

يتحدد موضوع هذه الدراسة في التعرف على التقييم الأكاديمي الإعلامي، ممثلاً في تقييم أساتذة الاتصال والإعلام العرب، للجوانب المختلفة لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية

مشكلة الدراسة: تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على تقييم المؤسسة الأكاديمية الإعلامية العربية، الممثلة في أساتذة الاتصال والإعلام العرب، للتغطية الإخبارية التي تقدمها الجزيرة للأزمة السورية منذ بدايتها 2011 وحتى الآن 2014.

هدف الدراسة: التعرف على التقييم الإعلامي الأكاديمي، ممثلاً بأساتذة الاتصال

والإعلام العرب، للأخبار والتقارير الإخبارية المكتبية والميدانية والمقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية.

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيس: كيف يقيم أساتذة الاتصال والإعلام العرب تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

يتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما تقييم أساتذة الاتصال والإعلام العربي للأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية؟ ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة ثانوية تتعلق بتقييم كمية الأخبار، ومصادرها، ومعايير انتقائها، وتحديد عناصرها الإخبارية، وتحديد موقعها في النشرة، ولهجة إلقائها، ودور الخلفية والمادة المصورة فيها، والجوانب والأطراف التي تركز عليها.

2- ما تقييم أساتذة الاتصال والإعلام العرب للتقارير الإخبارية المكتبية والميدانية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية؟ ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة ثانوية تتعلق بتقييم هدف هذه التقارير ومصادرها، وطبيعة الصورة التي تقدمها عن الأحداث، ودورها، ونوعية مراسليها، وشهود عيانها.

3- ما تقييم أساتذة الاتصال والإعلام العرب للمقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية؟ ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة ثانوية تتعلق بكمية هذه المقابلات والبرامج الحوارية، والجوانب والأطراف التي تركز عليها،ومعايير اختيارها لضيوفها، وموقف المقدمين من الضيوف، وتقنيات التصوير وأساليب الإخراج المستخدمة في هذه البرامج.

4- ما تقييم أساتذة الاتصال والإعلام العرب العام لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟ ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة ثانوية تتعلق بتقييم مدى التزام الجزيرة بالمعايير المهنية والأخلاقية، وطبيعة تأثير تغطية الجزيرة للأزمة السورية على الممارسة الإعلامية العربية في مجال إعلام الأزمات، وعلى الجزيرة نفسها، والهدف الإستراتيجي لهذه التغطية، وموقف الجزيرة من الأزمة، وموقف الأساتذة العام من هذه التغطية.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من حقيقة أنها تقدم تقييماً موضوعياً وأكاديمياً واحترافياً، تقوم به المؤسسة الأكاديمية الإعلامية العربية الممثلة بأساتذة الاتصال والإعلام العرب من مختلف الدول العربية، ومن مختلف الاختصاصات الإعلامية، وكذلك من مختلف الاتجاهات الفكرية، لتغطية إخبارية متميزة، تقوم بها قناة إخبارية ذات حضور قوي في الساحة الإعلامية العربية (الجزيرة) لأحداث بلد عربي قوي الحضور في الساحة السياسية العربية (الأزمة السورية). ومن المأمول أن تقدم هذه الدراسة فائدة ذات طابع نظري يتعلق بالجوانب النظرية للتغطية الإخبارية، وفائدة ذات طابع يتعلق بالممارسة العملية لهذه التغطية. الأمر الذي يتيح لهذه الدراسة أن تسهم في إغناء الفكر النظري الإعلامي، وفي رفع مستوى الممارسة الإعلامية.

الإطار النظري : المدخل النظري للدراسة

نظرية تحليل الإطار الإخباري

تحدد نظرية "التأطير الإعلامي" كيفية تأطير موضوع ما (قصة، مشكلة، ظاهرة) بطريقة معينة توحي للجمهور بأسلوب فهم هذا الموضوع، والتفاعل معه، والسلوك إزاءه. وبالتالي، فإن هذه النظرية تقدم تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات إزاء القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية تجاه هذه القضايا. (مكاوي والسيد، 1998 . 348)

وتعرِّف نظرية التأطير الإعلامي "الإطار الإعلامي" بأنها الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث المتعلقة بقضية معينة. وبهذا يعني الإطار الإعلامي لقضية ما انتقاءً متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها (Gamson, 1989.p157) تفترض نظرية تحليل الإطار الإعلامي أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار (Frame)، يحددها، وينظمها، ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

وتتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمسة متغيرات أساسية (Wolfs-feld,1991: 15-18) هي :

1 – مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

2 –نوع مصادر الأخبار.

3 –أنماط الممارسة الإعلامية.

4 –المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.

5 –طبيعة الأحداث (Wolfsfeld,1991:52)

ويحدد إنتمان (Intman,1982: 52) أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي: تحديد المشكلة، وتشخيص أسبابها، ووضع أحكام أخلاقية، واقتراح سبل علاج المشكلة.

الدراسات السابقة

أولاً: دراسات عن الأداء الإعلامي لقناة الجزيرة

1– دراسة حراحشة، صباح (2013) بعنوان: تحليل خطاب قناة الجزيرة نحو أحداث "الربيع العربي" في سورية _برنامج الاتجاه المعاكس أنموذجاً. هدفت الرسالة تحليل بلاغي لخطاب الجزيرة. وهي دراسة نوعية تحليلية، استخدمت منهج تحليل الخطاب . وتوصلت إلى نتائج أهمها: يبتعد خطاب الجزيرة عن طموحات المشاهد العربي ليعكس سياسة قطر التي هي جزء من منظومة متكاملة تعمل بانسجام تام تحت مظلة الولايات المتحدة الأمريكية.

2– دراسة نايف، مي (2012)، الإعلام ما بعد التفاعلي كقوة ناعمة في إدارة التغيير. قناة الجزيرة نموذجاً. قدمت الدراسة الجزيرة كنموذج للإعلام ما بعد التفاعلي.وتوصلت إلى استنتاج مفاده استخدام الجزيرة كقوة ناعمة يتم بها استبدال النظام الفاسد الذي يحل مكانه نظام استعماري جديد، سيأتي لإنقاذ الشعوب التي تعيش فوضى وضياعاً وضلالاً، وبذلك يكون الثوار قد استبدلوا إبليس بالشيطان.

3– دراسة أبو الرب، محمد (2010)، الجزيرة وقطر خطابات السياسة

وسياسات الخطاب. أبرزت الدراسة الالتباس المتعلق بالدور الذي تؤديه الجزيرة لقطر بين التحالف المتين بين قطر والولايات المتحدة والتطبيع مع إسرائيل.

وبين خطاب القناة الذي يظهر ناقماً على الأمريكيين والإسرائيليين، وذلك إلى جانب احتضانها لقيادات القاعدة والأخوان المسلمين. كما أظهرت الدراسة عمليات حجب وقولبة وإعادة تشكيل الأحداث إنما يخدم السياسة القطرية والتغطية على مشاريعها السياسية والاقتصادية مع الولايات المتحدة وإسرائيل.

4- دراسة أبو الرب، محمد (2010) بعنوان " دور قناة الجزيرة في تشكيل العلاقات الدولية لدولة قطر". توصلت إلى نتائج : وضعت الجزيرة قطر على الخريطة السياسية، وأن شعار الرأي والرأي الآخر، الذي ترفعه الجزيرة غير دقيق، وأن الجزيرة تمثل الرأي، وأن سياسة الجزيرة تتوافق بنيوياً مع السياسية القطرية.

5- دراسة آل شيخاني الشمري، طارق(2007) بعنوان" الجزيرة قناة أم حزب أم دولة". أظهرت الدراسة أن الجزيرة تتصرف على أنها ليست قناة إخبارية، وإنما حزب سياسي له أيديولوجيته في تحريك الشعوب العربية، ودولة لها سياسة أقلقت الأنظمة العربية. وأن مقدمي بعض البرامج الحوارية والسياسية متحيزون لتوجهاتهم السياسية والفكرية، وأن الجزيرة نجحت في تحقيق بعض أهداف السياسة القطرية.

6- Fandy,M.(2007),(un) civil words Media and politics in the Arab world.

تؤكد الدراسة حقيقة أن الإعلام العربي هو إعلام سياسي بغض النظر عن طبيعة إدارته وملكيته. وأظهرت أن العديد من وسائل الإعلام الإخباري العربية مثل قناتي الجزيرة والعربية، تعلن عن ذاتها كوسائل إعلام خاصة، إلا أننا نجد أنها غير مستقلة تماماً عن الهيئات الحكومية التي تقدم لها الدعم المالي.

7- Fandy,M.(2007),(un) civil words Media and politics in the Arab world.

تؤكد الدراسة حقيقة أن الإعلام العربي هو إعلام سياسي بغض النظر عن طبيعة إدارته وملكيته. وأظهرت أن العديد من وسائل الإعلام الإخباري العربية مثل قناتي الجزيرة والعربية، تعلن عن ذاتها كوسائل إعلام خاصة، إلا أننا نجد أنها غير مستقلة تماماً عن الهيئات الحكومية التي تقدم لها الدعم المالي.

وأوضحت الدراسة أن الإعلام العربي هو نظام قائم على مبدأ "الكفيل"، السائد في دول الخليج العربي، حيث إن كل وسيلة إعلام تخدم مصالح "كفيلها"، أي المتكفل بتكاليفها المالية.

ثانياً: دراسات عن تغطية الجزيرة لـ "الربيع العربي"

1- دراسة حمدان، محمد (2912)، بعنوان " تغطية الفضائيات الإخبارية للأحداث. تغطية فضائيتي العربية والجزيرة لأحداث مصر وليبيا. دراسة مقارنة".استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون، وتوصلت إلى نتائج أبرزها: إن تغطية الجزيرة اتسمت بالتصعيد والانحياز بشكل واضح للأحداث وللمتظاهرين.

2- Mahroum,M. study,(2011), "Journalists of today and tomorrow in Jordon: How they Assess AL-Jazeera Covering of the Events of the Arab Spring on the year 2011."

أوضحت الدراسة أن 33 ٪ يعتقدون أن الجزيرة لم تكن موضوعية، وأنها كانت تسعى لتنفيذ سياسة خاصة مرتبطة بالنظام القطري، الذي يوظف الجزيرة لخدمة مصالحه.

3- دراسات حول الأحداث في سورية دراسة القيسي، محمود (2013) بعنوان " تغطية الشأن السوري في قناتي العراقية وبغداد الفضائيتين. دراسة مقارنة لنشرات الأخبار الرئيسية في الفترة 1-2-2012 وحتى 1-3-2013.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون للنشرات الإخبارية الرئيسية.

وأبرزت نتائج الدراسة مدى ابتعاد التغطية الإخبارية للشأن السوري عن القواعد المهنية الاحترافية للتغطية، ومدى بروز مظاهر التحيز والتسييس للتغطية.

ولذلك أوصت الدراسة بضرورة التأكيد على بُعد المهنية والحياد والابتعاد عن التحيز والمغالاة في نقل الأخبار.

الاستفادة من الدراسات السابقة

استفاد الباحث من جميع هذه الدراسات وخاصة ما يتعلق بفهم الجوانب والأطراف المختلفة لموضوع الدراسة، وهذا ما ساعده في تصميم استبانة الدراسة بشكل يتناسب تماماً مع موضوع الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تتميز عن الدراسات السابقة بأنها تقدم تقييماً أكاديمياً لتغطية إعلامية كثيفة تقوم بها مؤسسة إعلامية مهمة (الجزيرة) لأحداث معقدة وممتدة (الأزمة السورية).

وبالتالي فإن المقيمين هم أكاديميون إعلاميون من مختلف الاختصاصات والاتجاهات الفكرية، ومعايير التقييم هي المعايير الأكاديمية المهنية والاحترافية. وهذا ما نرته أهم ما يميز هذه الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة:

تنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي، الأكثر مقدرة على وصف الظاهرة الإعلامية، وتشخيصها، وتحليلها. كما أنه المنهج المناسب لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة، وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها للدراسة الدقيقة ,وتستخدم أسلوب المسح المناسب للدراسة.

وتعتمد الدراسة أداة البحث استبانة، تم تصميمها بشكل متناسب مع أسئلة الدراسة وأهدافها. وبحيث تغطي جميع الأبعاد والمحاور المراد قياسها، وذلك بعد الاطلاع على التراث النظري والدراسات السابقة.

اختبارات الصدق والثبات:

تم توزيع الاستبانة على نسبة 10٪ من عينة البحث للتعرف على مدى وضوح الأسئلة بصفة عامة، ومدى مقدرتها على قياس ما هو مطلوب قياسه. وبعد ذلك تم تحكيم الاستبانة. وقد تم تعديل الاستبانة في ضوء ملاحظات الأساتذة.

ولاختبار الثبات تم تطبيق الاستبانة على مجموعة من مجتمع البحث، ثم تم إعادة تطبيقها على المجموعة نفسها بعد أسبوعين

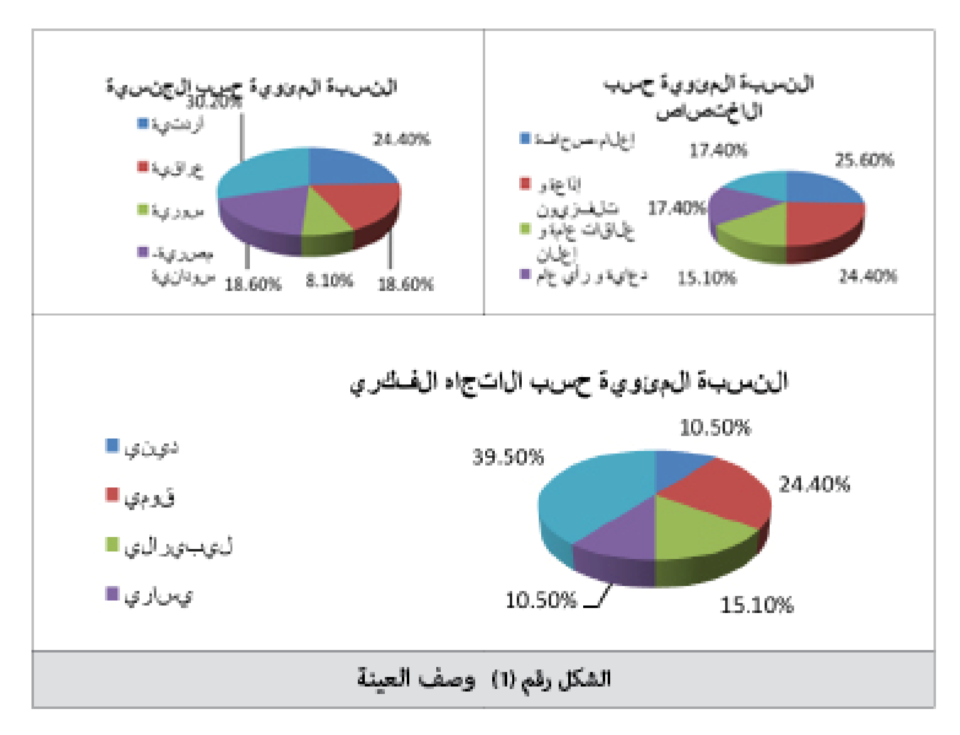
وتمت عملية حساب نسبة الاتفاق في التطبيقين، وبتحليل إجابات العينة التي بلغت 10٪ من العدد الكلي للمبحوثين، تبين ارتفاع نسبة الاتفاق في التطبيقين.

حيث بلغت قيمة معامل الثبات (89.7٪)، وهي نسبة عالية تشير إلى ثبات القياس ودقته. وبعد ذلك تم إرسال الاستبانة إلكترونياً إلى البريد الإلكتروني لجميع الأساتذة الذين استطاع الباحث الحصول على بريدهم الإلكتروني من مواقع جامعاتهم وكلياتهم أو من خلال العلاقات الشخصية.

مجتمع الدراسة: جميع أساتذة الاتصال والإعلام في الوطن العربي.

عينة الدراسة: عينة عشوائية. فقد أرسل الباحث الاستبانة إلى 153 أستاذ إعلام واتصال من جميع الجامعات في جميع الدول العربية. واستلم الباحث 98 استبانة. تم استبعاد 12 منها بسبب عدم وضوح أو عدم اكتمال الإجابة. وبقيت 86 استبانة صالحة للبحث.

وصف العينة:



الشكل رقم (1) وصف العينة

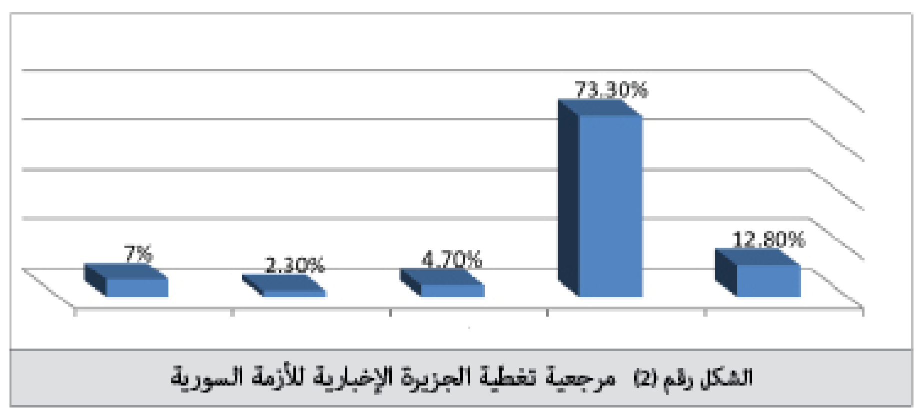
تبين بعد تفريغ جميع الاستبانات توزيع العينة وفقاً للاختصاص على النحو

التالي: 25.6٪ صحافة ونشر، و24.4٪ إذاعة وتلفزيون، 15.1٪ علاقات عامة وإعلان، و17.4 ٪تقنيات اتصال.)، ووفقاً للجنسية: المنطقة (24 ٪ أردنية، و18.6 ٪عراقية، و1.8 ٪ سورية، و18.6 ٪ مصرية وسودانية، و30.2٪ مغاربية)، ووفقاً للاتجاه الفكري (10.5 ديني، و24.4 ٪ قومي، و51.1 ٪ليبرالي، و10.5 ٪يساري، و39.5٪ محايد).

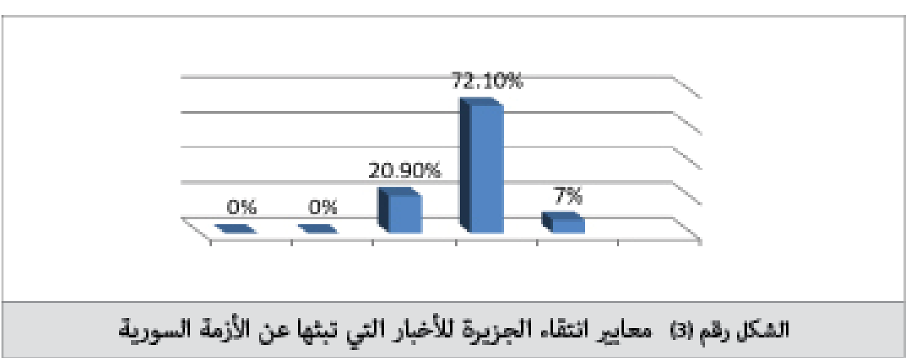
المعطيات الإحصائية- التحليل الكمي

المحور الأول: تقييم الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية.

يوضح الشكل رقم(2) أن غالبية المبحوثين يرون أن مرجعية الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية هي موقف الحكومة القطرية، مقابل 12.8٪ يرون أن هذه المرجعية هي المعايير المهنية والاحترافية في تحرير الأخبار، و4.7٪ يرونها موقف أمريكا وإسرائيل، و6٪ طبيعة الحدث، و2٪ فقط الحراك العربي.

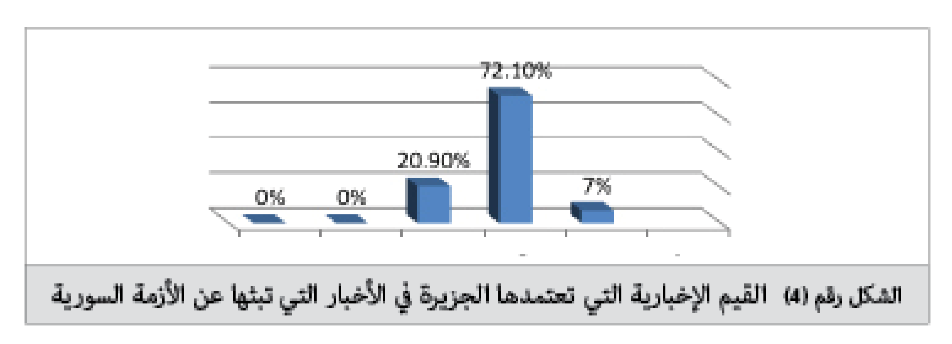


الشكل رقم (2) مرجعية تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية



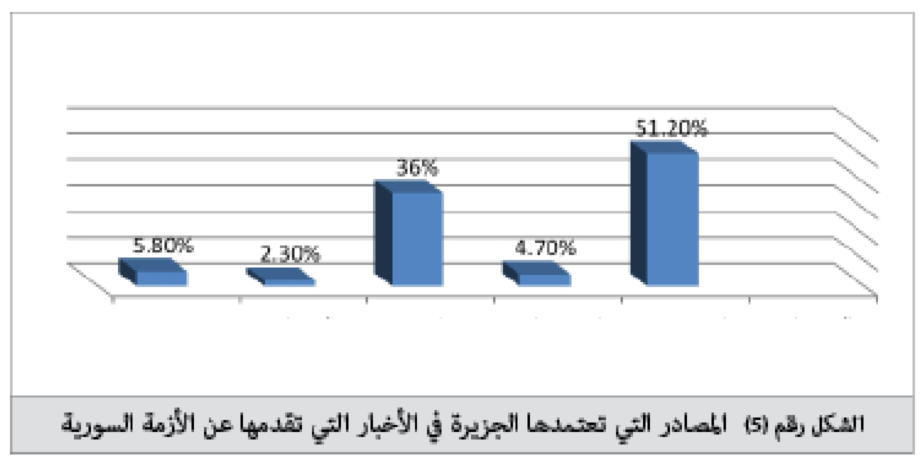
الشكل رقم (3) معايير انتقاء الجزيرة للأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

توضح معطيات الشكل (3) مدى قوة تأثير موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة على معايير انتقائها للأخبار المتعلقة بالأزمة، إذ ترى أكثرية المبحوثين (72.1٪) أن معيار انتقاء هذه الأخبار هو اعتبارات موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل 6٪ فقط يرون أن هذا المعيار هو الاعتبارات المهنية والاحترافية، و20.9٪ يرون أن معيار الانتقاء تحدده حركة الأحداث وطبيعتها.



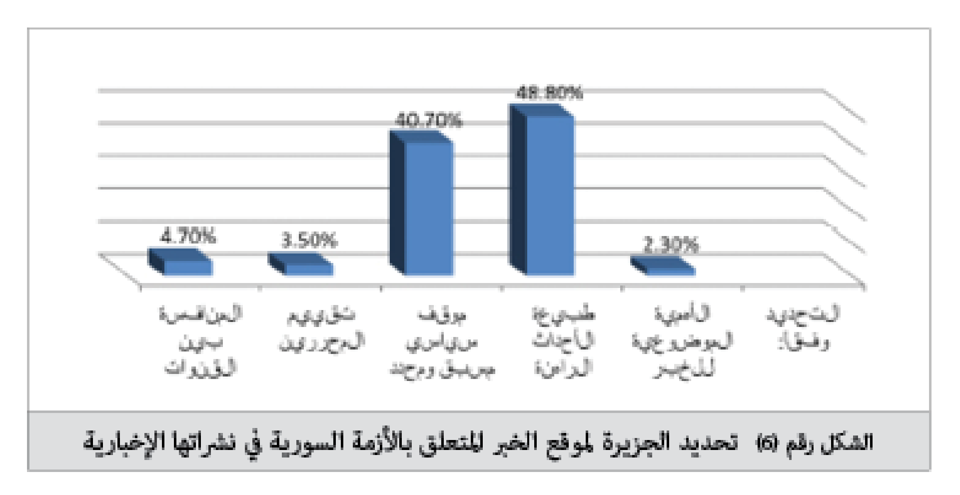
الشكل رقم (4) القيم الإخبارية التي تعتمدها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

نبرز هنا أيضاً اعتبارات موقف الجزيرة المسبق والمحدد، إذ ترى غالبية المبحوثين (74.4٪) أن القيم الإخبارية التي تعتمدها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية هي القيم التي تتوافق مع موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل 8.1٪ يرون أنها القيم الاحترافية، و12.8 ٪ يرونها قيم يحددها المحررون، و4.7٪.



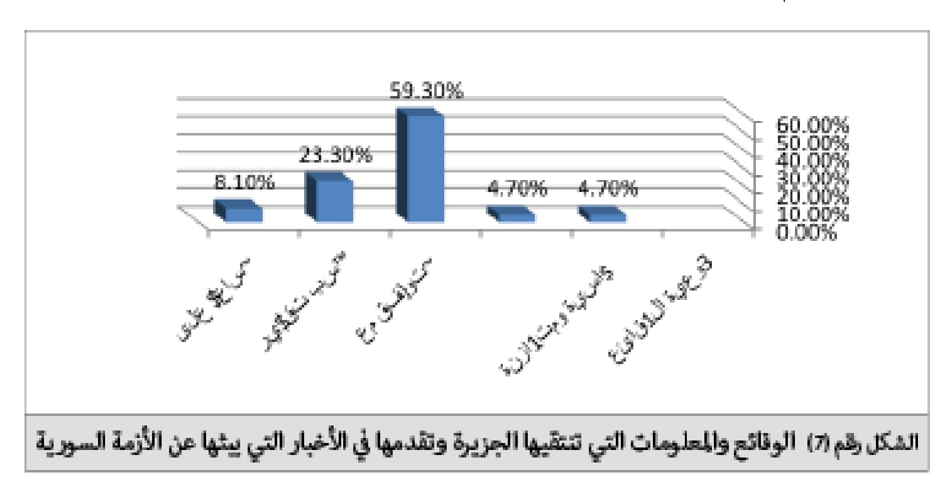
الشكل رقم (5) المصادر التي تعتمدها الجزيرة في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية

بالرغم من أكثر من نصف المبحوثين (55.9٪) يرون أن الجزيرة تعتمد في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية على مصادر عامة متنوعة ومتوازنة، فإن نسبة مهمة (36.0٪) ترى أنها تعتمد على مصادر خاصة ومتحيزة، و5.8٪ ترى أن تعتمد مصادر تحددها طبيعة الحدث.



الشكل رقم (6) تحديد الجزيرة لموقع الخبر المتعلق بالأزمة السورية في نشراتها الإخبارية

تهيمن هنا أيضاً اعتبارات موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة، إذ نرى نسبة (40.7 ٪) من المبحوثين أن الجزيرة تحدد موقع الخبر المتعلق بالأزمة السورية في نشراتها الإخبارية وفقاً لاعتبارات موقفها المسبق والمحدد من الأزمة، مقابل (2.3٪) فقط يرون أن التحديد يتم وفق الأهمية الموضوعية للخبر، ولكن نسبة مهمة (48.8٪) ترى أن هذا التحديد يتم وفق طبيعة الأحداث الراهنة وحركتها، و(4.7٪) يرونه وفق تقييم المحررين.



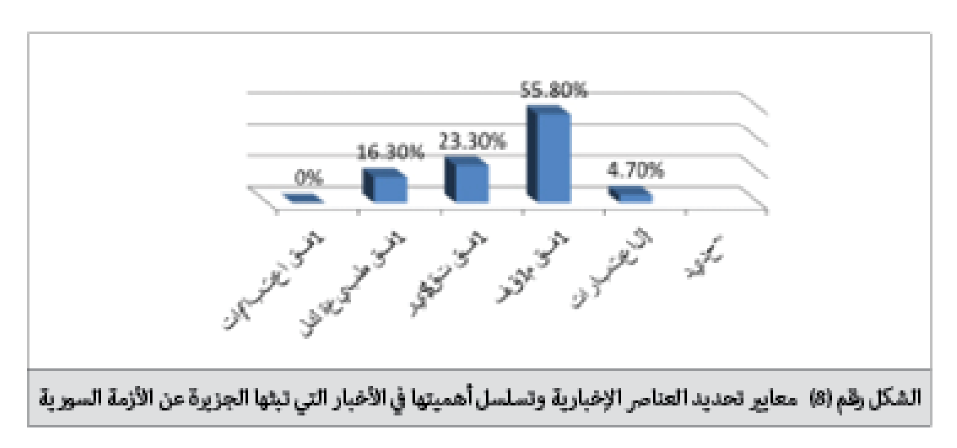
الشكل رقم (7) الوقائع والمعلومات التي تنتقيها الجزيرة وتقدمها في الأخبار التي يبثها عن الأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين (59.3٪) أن الجزيرة تنتقي وتقدم في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية المعلومات والوقائع وفق اعتبارات ومتطلبات موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل نسبة (4.7٪) ترى أنها تقدم معلومات ووقائع أساسية

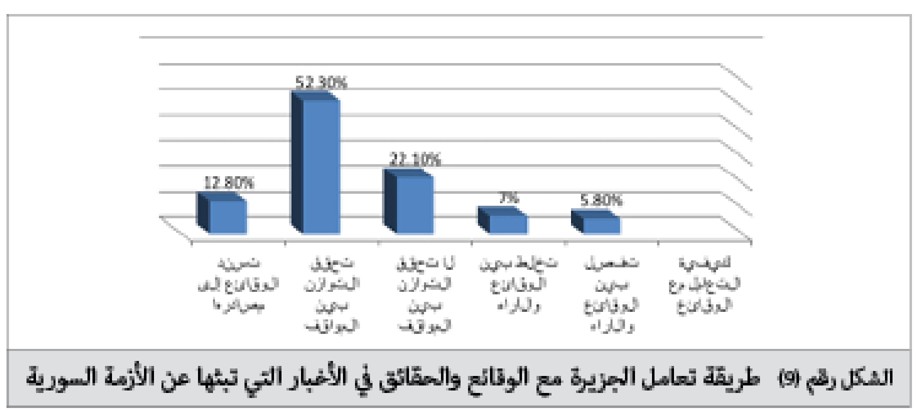
وجـوهرية تسـاعـد المشـاهد على فـهم الحـدث، ونسـبـة (23.3٪) أن هذه الوقـائع والمعلومات يحددها المحررون، و(7٪) يرون أن متطلبات تلوين الخبر وتوجيهه هي التي تحدد نوعية الوقائع والمعلومات.

ترى أكثرية المبحوثين (55.8٪) أن الجزيرة تحدد العناصر الإخبارية ونسلسل أهميتها في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية وفق اعتبارات ومتطلبات موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

مقابل 23.3٪ يرون أن هذا التحديد يتم وفقاً لتقدير المحررين، و16.3٪ يرون أن التحديد يتم وفقاً لطبيعة كل حدث، و4.7٪ فقط يرونه يتم وفقاً للاعتبارات المهنية الاحترافية في تحرير الأخبار التلفزيونية.



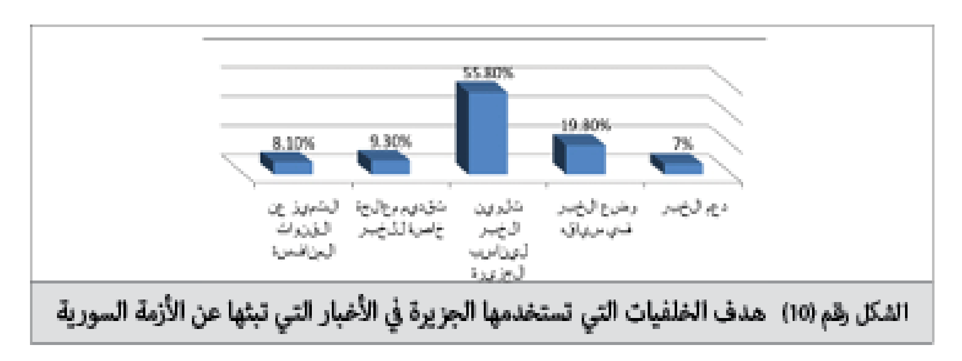
الشكل رقم (8) معايير تحديد العناصر الإخبارية وتسلسل أهميتها في الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية



الشكل رقم (9) طريقة تعامل الجزيرة مع الوقائع والحقائق في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

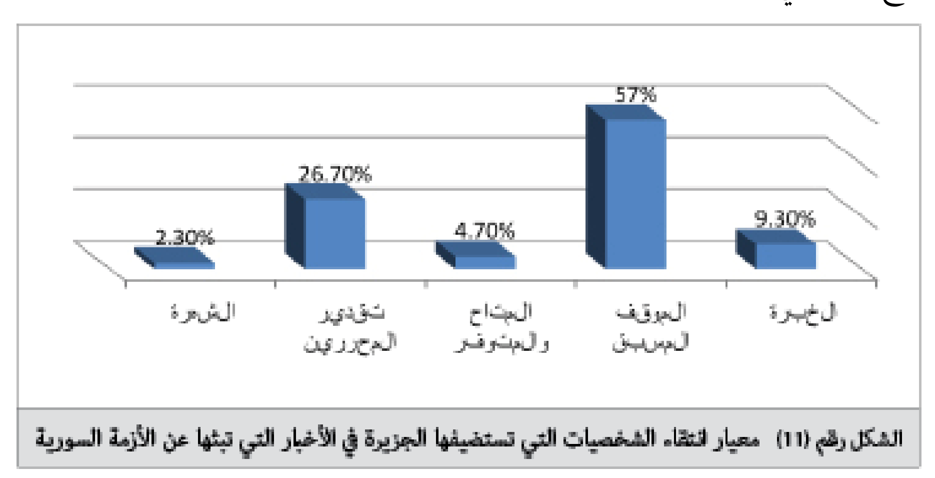
ترى أكثرية المبحوثين (52.3٪) أن الجزيرة تحقق التوازن بين مختلف المواقف

في المعلومات التي تقدمها في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية، مقابل 22.1٪ يرون أنها لا تحقق التوازن، و11٪ يرون أنها تنسب الوقائع إلى مصادرها، و5٪ يرون أنها تخلط بين الوقائع والآراء، و5.8 يرون أنها تفصل بين الوقائع والآراء.



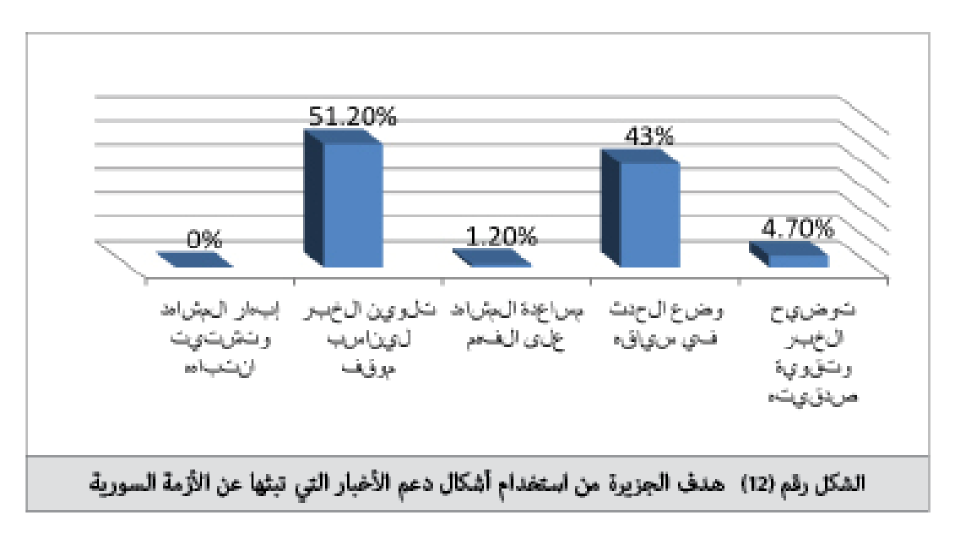
الشكل رقم (10) هدف الخلفيات التي تستخدمها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين (55.8٪) أن الجزيرة تهدف من الخلفيات التي تستخدمها في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية تلوين الخبر ليتناسب مع سياسة الجزيرة وموقفها من الأزمة، مقابل 7.0٪ يرون أن الهدف هو دعم الخبر، و19.8٪ يرونه وضع الخبر في سياقه.



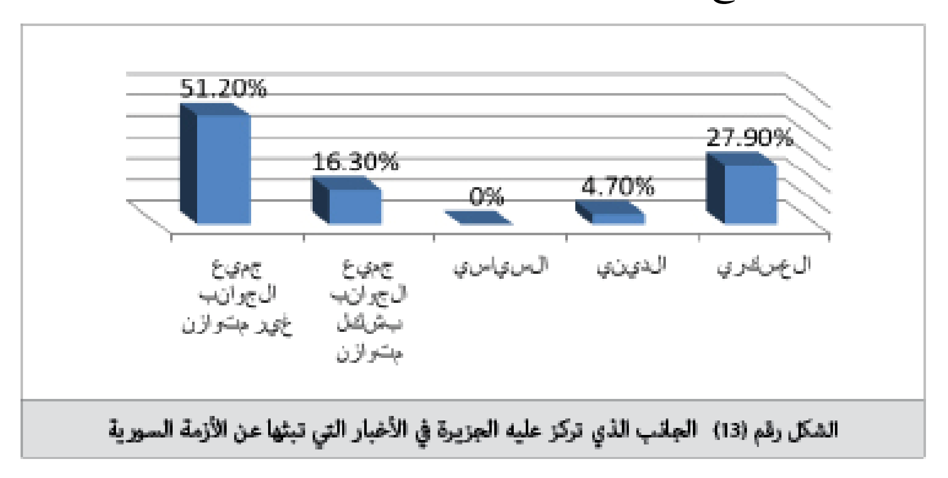
الشكل رقم (11) معيار انتقاء الشخصيات التي تستضيفها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين (57.0 ٪) أن معيار الجزيرة في انتقائها للشخصيات التي تستضيفها في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية هو مدى انسجام موقف هذه الشخصيات وتوافقها مع موقف الجزيرة من الأزمة، مقابل 9.3 ٪ يرون أن المعيار هو الكفاءة والاختصاص، و(26.7 ٪) هو تقدير المحررين.



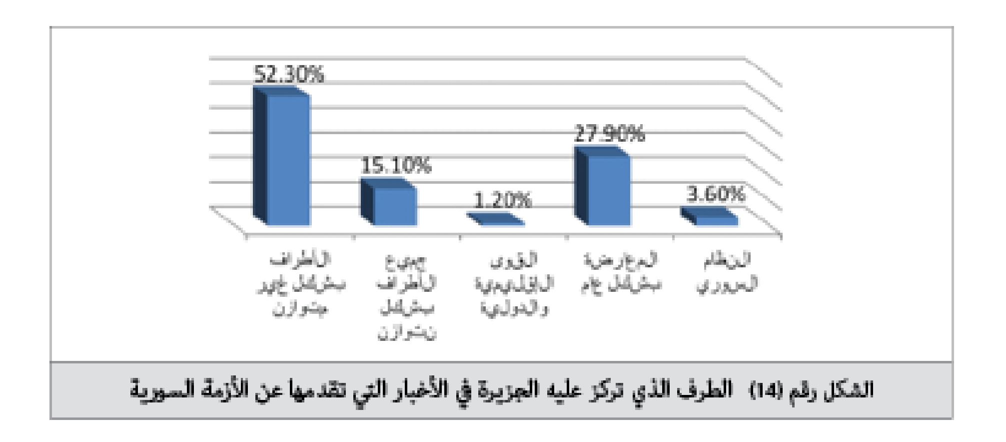
الشكل رقم (12) هدف الجزيرة من استخدام أشكال دعم الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

يرى أكثر من نصف المبحوثين (51.2 ٪) أن الهدف الحقيقي من استخدام الجزيرة لمختلف أشكال دعم الأخبار (صور، رسوم، خرائط، جداول....الخ) التي تبثها عن الأزمة السورية هو تلوين الخبر ليتناسب موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل 1.2٪ يرون أن هذا الهدف هو مساعدة المشاهد على فهم الخبر، و 4.7 ٪ يرونه توضيح الخبر وتقوية صدقيته.



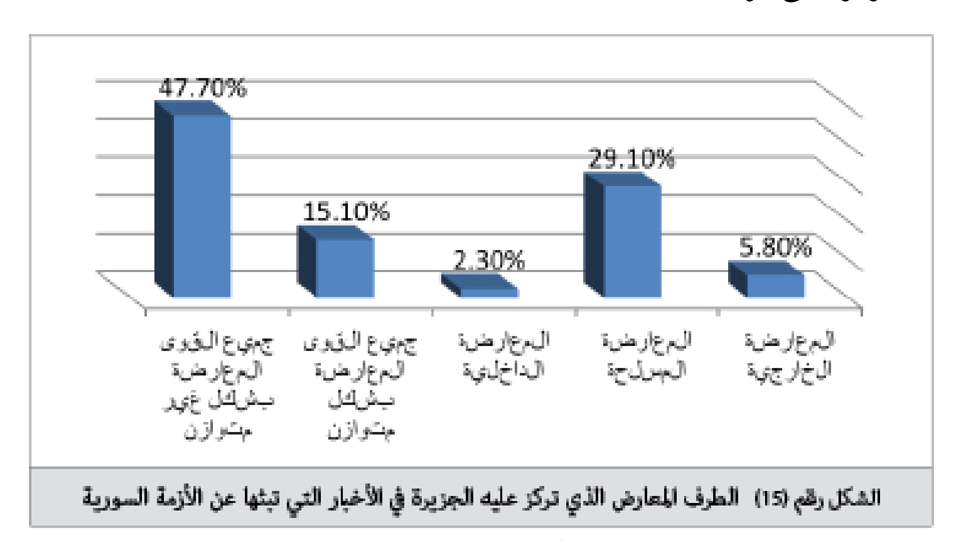
الشكل رقم (13) الجانب الذي تركز عليه الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

يرى أكثر من نصف المبحوثين (51.2 ٪) أن الجزيرة تركز في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية على جميع جوانب الأزمة ولكن بشكل غير متوازن، مقابل نسبة أقل (16.3 ٪) ترى أنها تركز على جميع الجوانب وبشكل متوازن.وترى نسبة 27.9 ٪ أنها تركز على الجانب العسكري.



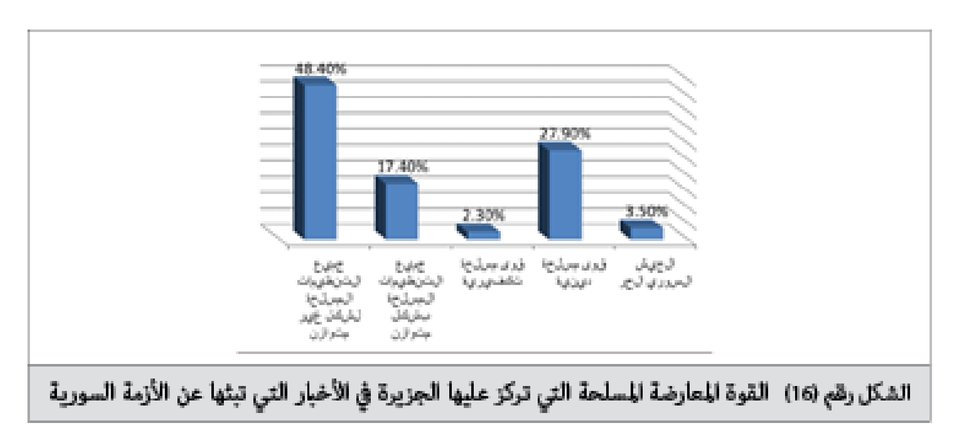
الشكل رقم (14) الطرف الذي تركز عليه الجزيرة في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين (52.3 ٪) أن الجزيرة تبرز في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية جميع الأطراف المعنية بالأزمة ولكن بشكل غير متوازن، مقابل 15.1٪ فقط يرون أنها تركز على جميع الأطراف وبشكل متوازن، و27.9 ٪ يرون أنها نركز على قوى المعارضة.



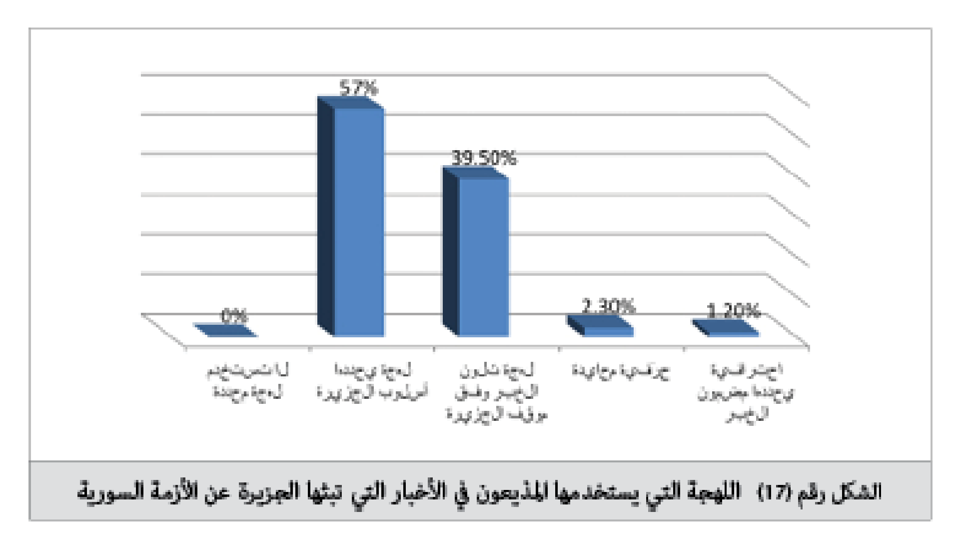
الشكل رقم (15) الطرف المعارض الذي تركز عليه الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

يرى نصف المبحوثين تقريباً (47.7٪) أن الجزيرة تركز على جميع الأطراف المعارضة ولكن بشكل غير متوازن، مقابل 15.1 ٪ يرون أنها تركز على جميع قوى المعارضة بشكل متوازن. ويرى 29.1 ٪ أن الجزيرة تركز على المعارضة المسلحة، و5.8٪ يرونها تركز على المعارضة الخارجية، و2.3٪ يرونها تركز على المعارضة الداخلية.



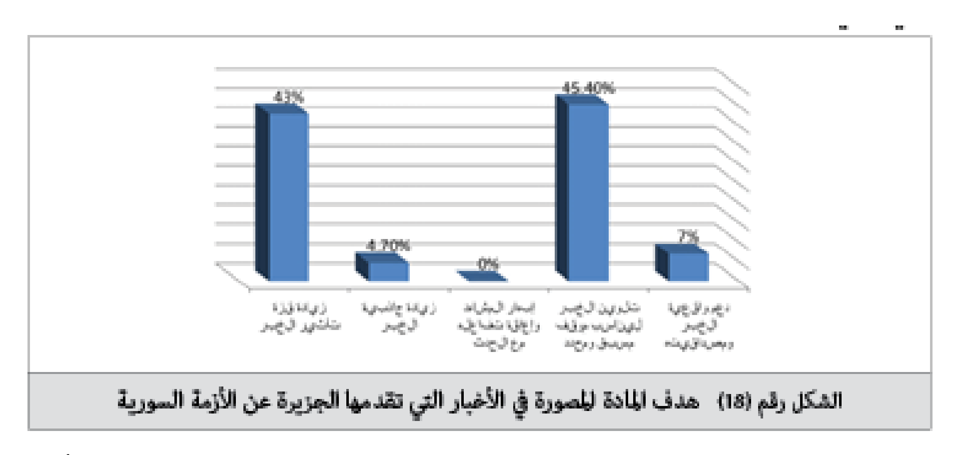
الشكل رقم (16) القوة المعارضة المسلحة التي تركز عليها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية

يرى نصف المبحوثين تقريباً(48.4٪) أن الجزيرة تركز في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية على جميع التنظيمات المسلحة ولكن بشكل غير متوازن، مقابل 17.4٪ منهم يرون أنها تركز على جميع التنظيمات المسلحة وبشكل متوازن، في حين أن 27.9٪ يرون أنها تركز على التنظيمات المسلحة الدينية.



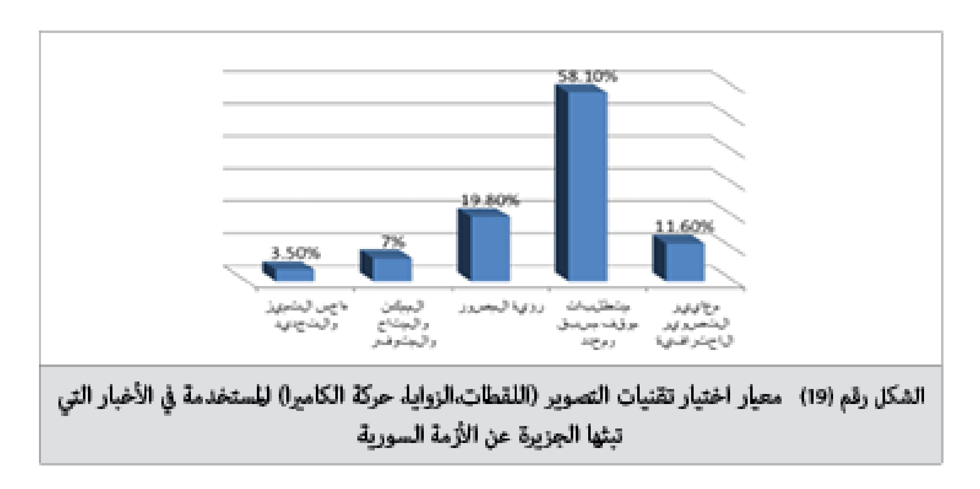
الشكل رقم (17) اللهجة التي يستخدمها المذيعون في الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

نرى أكثرية المبحوثين (57.0 ٪) أن اللهجة (النبرة، التون) التي يستخدمها المذيعون في الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية هي لهجة يحددها أسلوب الجزيرة في تقديم الأخبار، مقابل 39.5 ٪ يرون أن هدف تلوين الخبر وتوجيهه هو ما يحدد هذه اللهجة في الإلقاء والتقديم، و1.2٪ يرون أن الاعتبارات المهنية الاحترافية هي التي تحدد هذه اللهجة، و2.3 ٪ يرون أن هذه اللهجة حرفية ومحايدة.



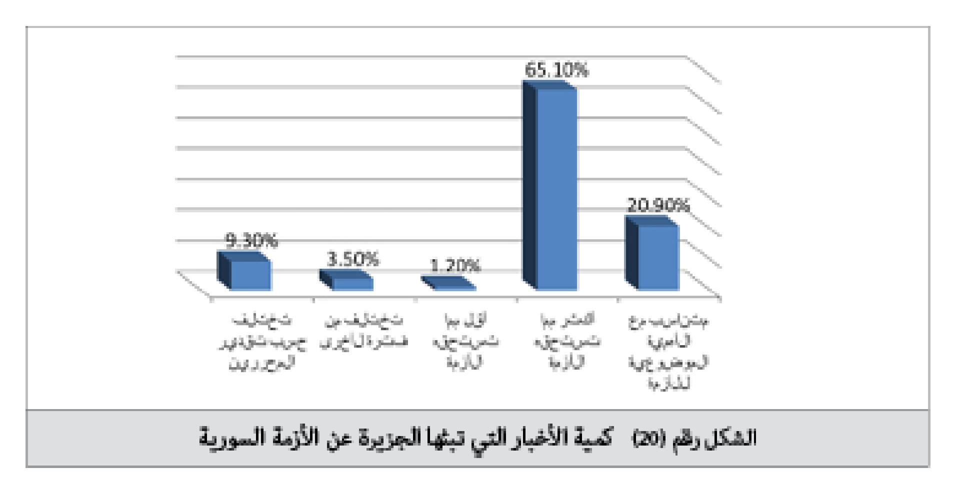
الشكل رقم (18) هدف المادة المصورة في الأخبار التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى نسبة 45.4٪ من المبحوثين أن هدف المادة المصورة التي تتضمنها الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية هو تلوين الخبر ليتناسب مع موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل نسبة 7.0٪ فقط يرون أن هذه المادة المصورة تهدف دعم واقعية الخبر وتعزيز صدقيته. ولكن 43.0 ٪ يرون أن هدف المادة المصورة هو زيادة قوة تأثير الخبر، و4.7٪ يرون هدفها زيادة جاذبية الخبر.



الشكل رقم (19) معيار اختيار تقنيات التصوير (اللقطات،الزوايا، حركة الكاميرا) المستخدمة في الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

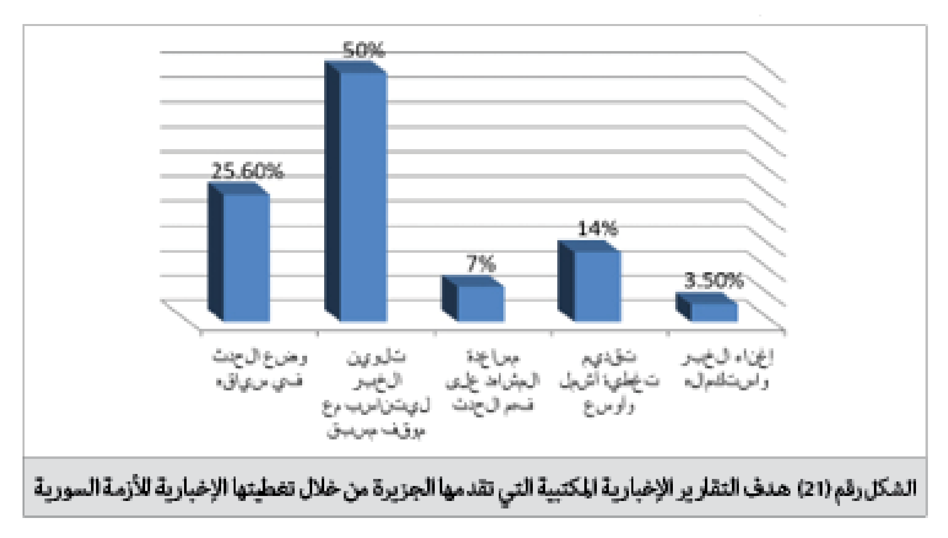
ترى أكثرية المبحوثين (58.1٪) أن معيار انتقاء تقنيات التصوير التي تستخدمها الجزيرة في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية هو متطلبات واعتبارات موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل 11.6٪ يرون أن هذا المعيار هو الاعتبارات المهنية الاحترافية في التصوير الإخباري التلفزيوني. ويرى 19.8 ٪ أن هذا المعيار تحدده رؤية المصور.



الشكل رقم (20) كمية الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

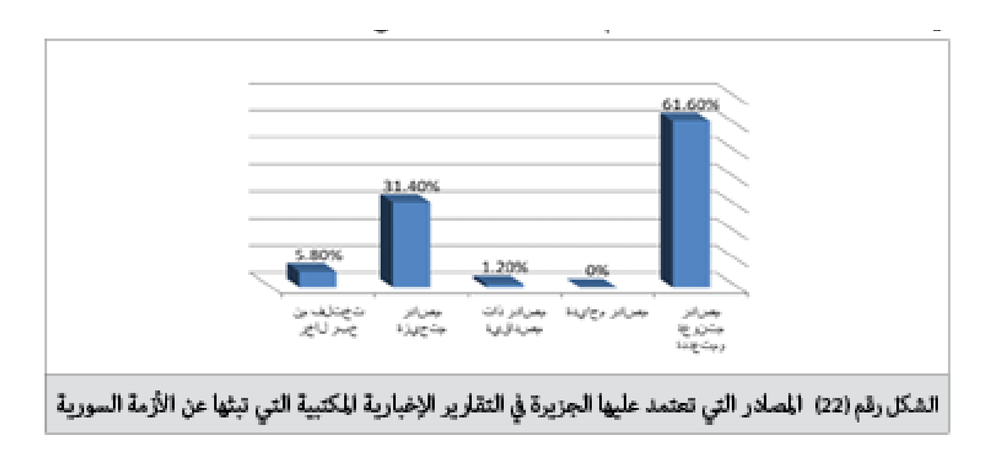
ترى نسبة (65.1٪) أن كمية الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية أكثر مما تستحقه الأزمة، مقابل 1.2٪ يرون أنها أقل مما تتطلبه الأزمة، و20.9٪ يرون أن كمية الأخبار متناسبة مع الأهمية الموضوعية للأزمة.

المحور الثاني: التقارير التلفزيونية الإخبارية المكتبية والميدانية



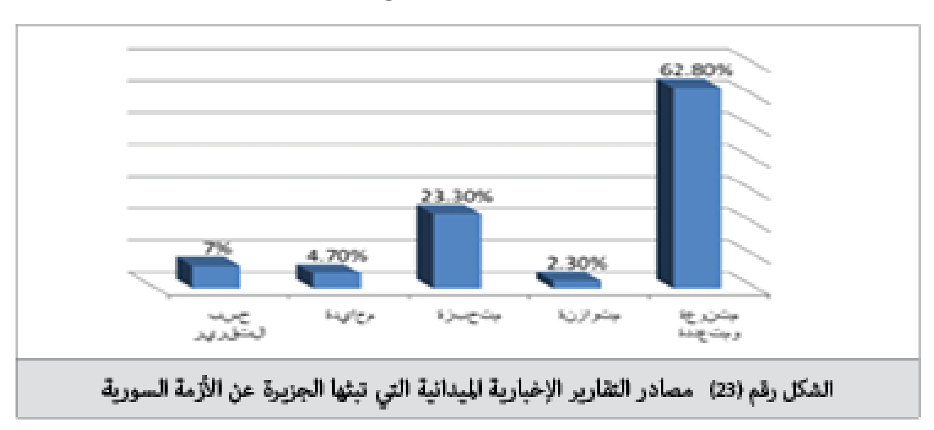
الشكل رقم (21) هدف التقارير الإخبارية المكتبية التي تقدمها الجزيرة من خلال تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية

يرى نصف المبحوثين (50.0 ٪) أن هدف التقارير الإخبارية المكتبية التي تقدمها الجزيرة في سياق تغطيتها للأزمة السورية هو تلوين الخبر ليتناسب مع موقف مسبق ومحدد، مقابل 3.5٪ يرون أن هذا الهدف هو إغناء الخبر واستكماله، و6 ٪ يرون الهدف مساعدة المشاهد على فهم الحدث، ولكن 25.6 ٪ يرون الهدف وضع الحدث في سياقه، و14.0 ٪ يرونه تقديم تغطية أشمل وأوسع للخبر.



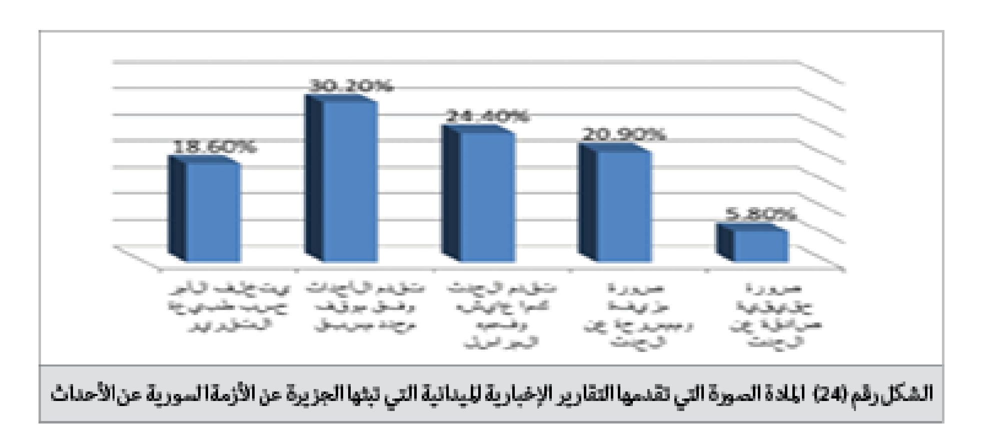
الشكل رقم (22) المصادر التي تعتمد عليها الجزيرة في التقارير الإخبارية المكتبية التي تبثها عن الأزمة السورية

ترى نسبة 61.6 ٪ من المبحوثين أن الجزيرة تعتمد في التقارير الإخبارية المكتبية التي تقدمها عن الأزمة السورية على مصادر متنوعة ومتعددة، مقابل 31.4 ٪ يرون أنها تعتمد في هذه التقارير على مصادر متحيزة، و1.2 ٪ فقط يرون أنها تعتمد على مصادر ذات مصداقية و0 ٪ يرون أنها تعتمد على مصادر محايدة.



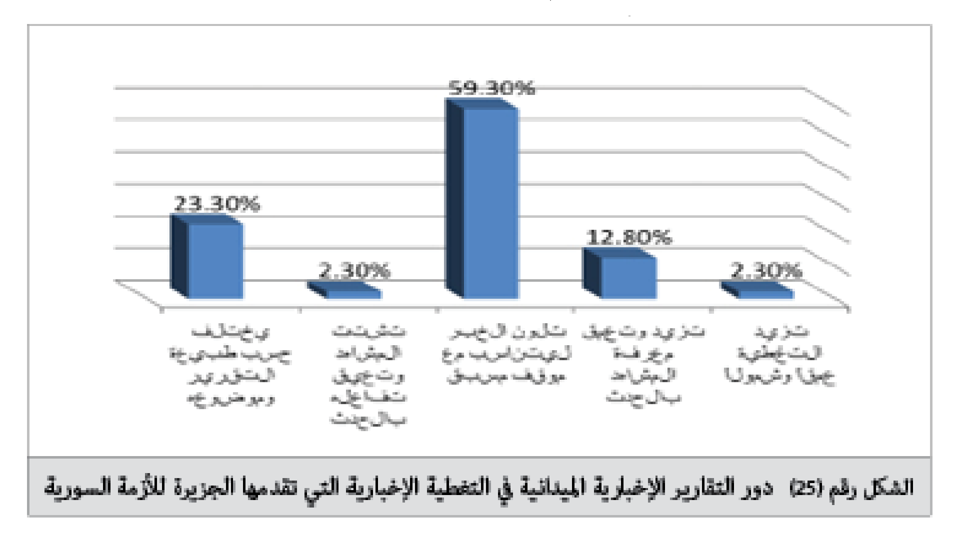
الشكل رقم (23) مصادر التقارير الإخبارية الميدانية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين (62.8 ٪) أن المصادر التي تعتمد عليها الجزيرة في التقارير الإخبارية الميدانية التي تقدمها عن الأزمة السورية هي مصادر متنوعة ومتعددة، مقابل 23.3٪ يرون أنها تعتمد على مصادر متحيزة، و4.7 ٪ على مصادر محايدة، و2.0 ٪ على مصادر متوازنة.



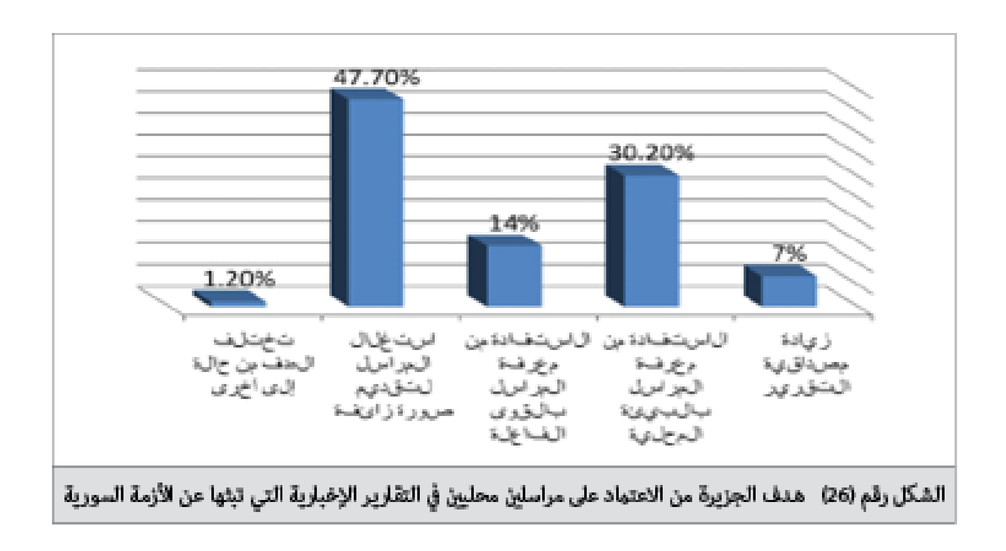
الشكل رقم (24) المادة الصورة التي تقدمها التقارير الإخبارية الميدانية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية عن الأحداث

ترى نسبة 30.2٪ من المبحوثين أن الجزيرة تقدم في التقارير الإخبارية الميدانية التي تبثها عن الأزمة السورية صورة عن الأحداث تحددها اعتبارات موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل 5.8 ٪ يرون أنها تقدم صورة صادقة عن الأحداث، و20.9٪ يرون أنها تقدم صورة مفبركة وممسرحة للأحداث، ولكن نسبة 24.4 ٪من المبحوثين يرون أن هذه التقارير تقدم الأحداث كما عايشها المراسل وفهمها.



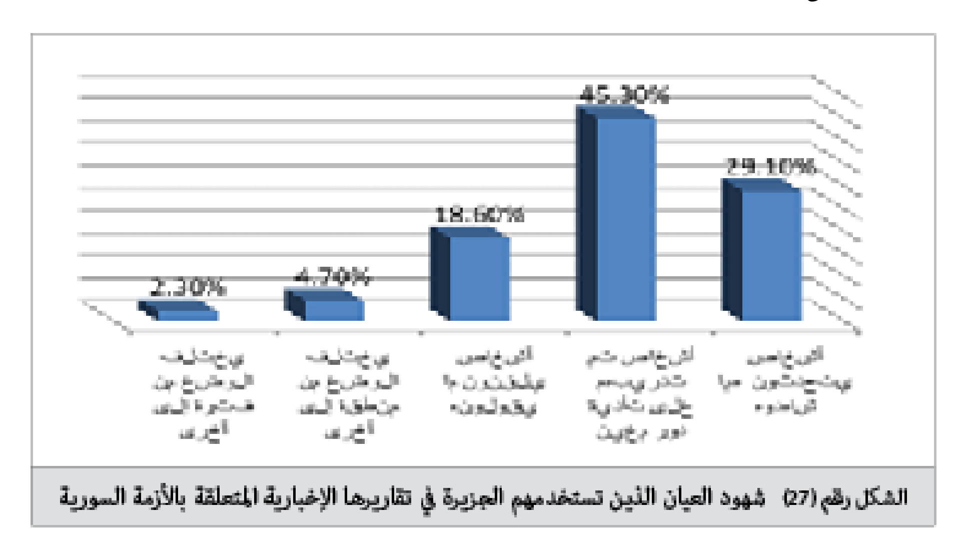
الشكل رقم (25) دور التقارير الإخبارية الميدانية في التغطية الإخبارية التي تقدمها الجزيرة للأزمة السورية

ترى أكثرية المبحوثين(59.3 ٪) أن هذا الدور يتمثل في تلوين الحدث ليتناسب مع موقف مسبق ومحدد، مقابل 2.3 ٪ فقط يرون أن هذا الدور هو زيادة التغطية الإخبارية عمقاً وشمولية، و12.8 ٪ يرونه الإسهام في زيادة معرفة المشاهد بالحدث.



الشكل رقم (26) هدف الجزيرة من الاعتماد على مراسلين محليين في التقارير الإخبارية التي تبثها عن الأزمة السورية

يرى حوالي نصف المبحوثين (47.7 ٪) أن هدف الجزيرة من الاعتماد على مراسلين محليين في التقارير الإخبارية الميدانية التي تقدمها عن الأزمة السورية هو استغلال المراسل لتقديم صورة زائفة عن الأحداث، مقابل 7.0 ٪ فقط يرون أن الهدف هو زيادة مصداقية التقرير. ولكن 30.2 ٪ يرون أن الهدف هو الاستفادة من معرفة المراسل بالبيئة المحلية.

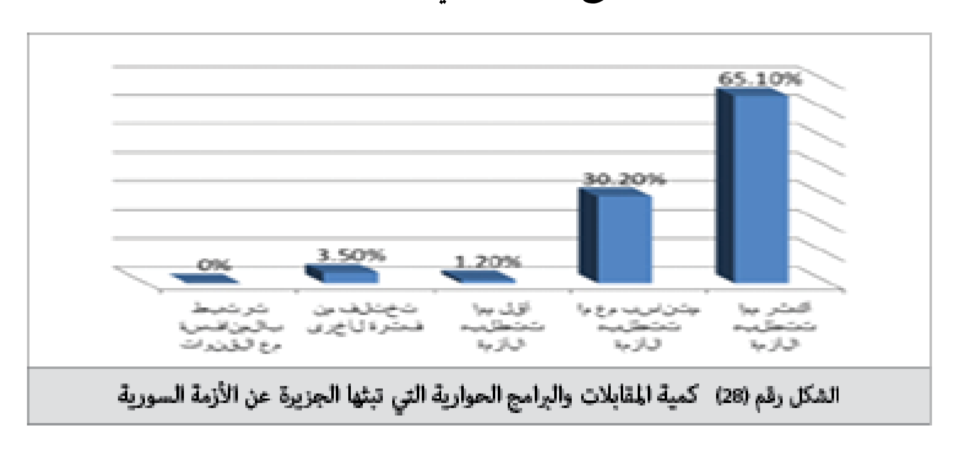


الشكل رقم (27) شهود العيان الذين تستخدمهم الجزيرة في تقاريرها الإخبارية المتعلقة بالأزمة السورية

يرى 45.3 ٪ من المبحوثين أن شهود العيان الذين تستخدمهم الجزيرة في التقارير الإخبارية الميدانية التي تبثها عن الأزمة السورية هم أشخاص تم تدريبهم

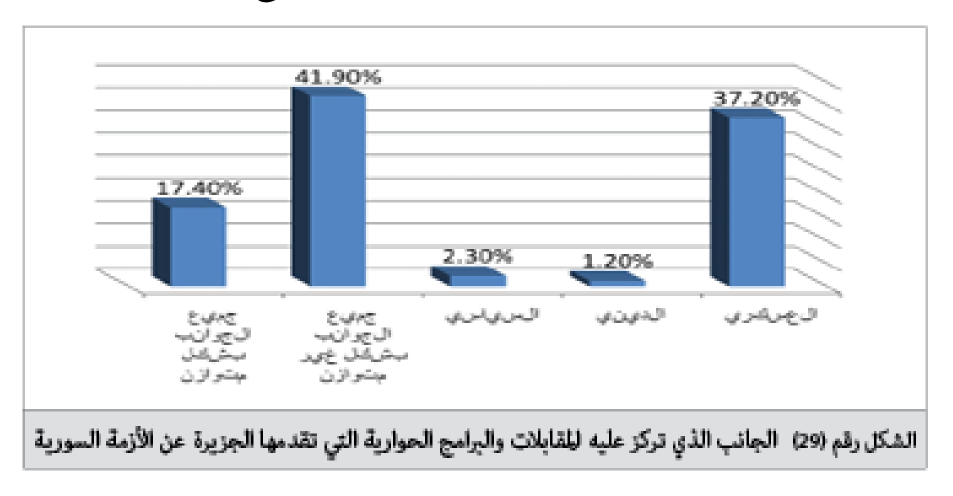
لتأدية دور معين، ولكن نسـبة 29.1٪ من المبـحـوثين يرون أن هؤلاء الأشـخاص حقيقيون ويتحدثون عما شاهدوه.

المحور الثالث: المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية



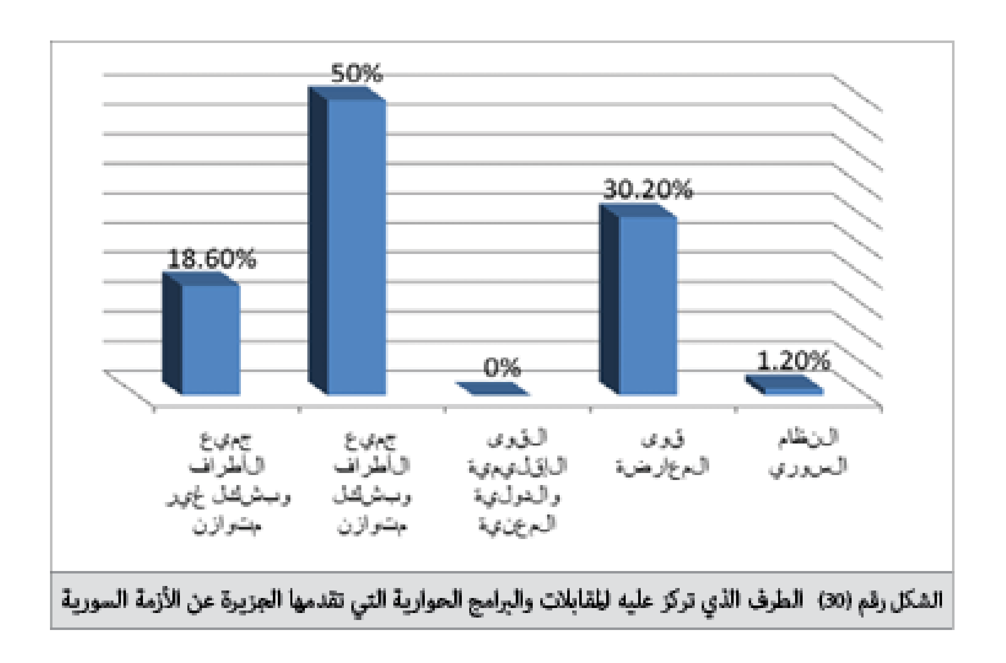
الشكل رقم (28) كمية المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى غالبية المبـحوثين (65.1 ٪) أن الجزيرة تقـدم مقابـلات وبرامج حوارية عن الأزمة السورية أكثر مما تستحقه الأزمة وأكثر من قيمتها الإخبارية الموضوعية، وذلك مقابل (30.1 ٪) يرون أن ما تقدمه الجزيرة يتناسب مع ما تتطلبه الأزمة.



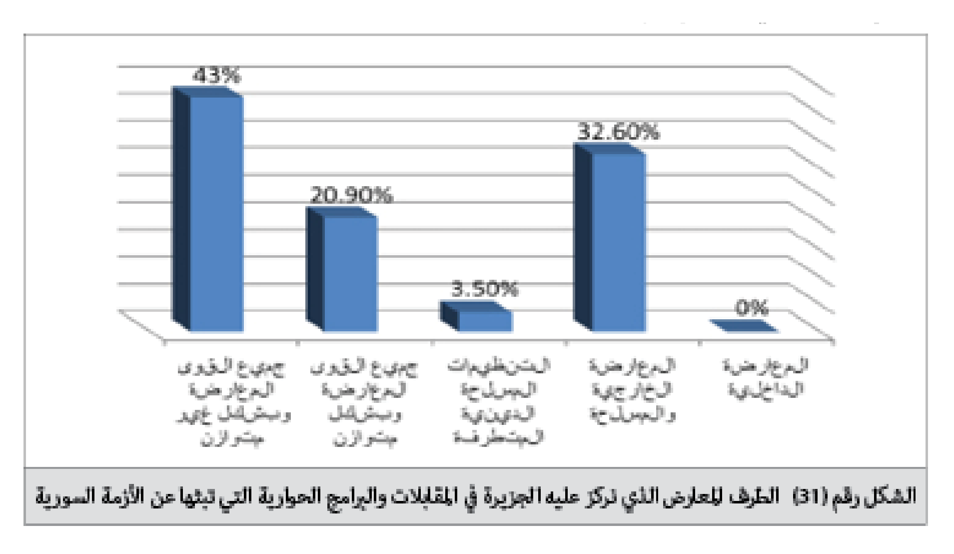
الشكل رقم (29) الجانب الذي تركز عليه للمقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى نسبة (41.1 ٪) من المبـحوثين أن الجـزيرة تـغطي في المقابلات والبـرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية جميع الجوانب التي تتضمنها الأزمة ولكن بشكل غير متوازن، و37.2 ٪ يرون أنها تبرز الجانب العسكري من الأزمة.



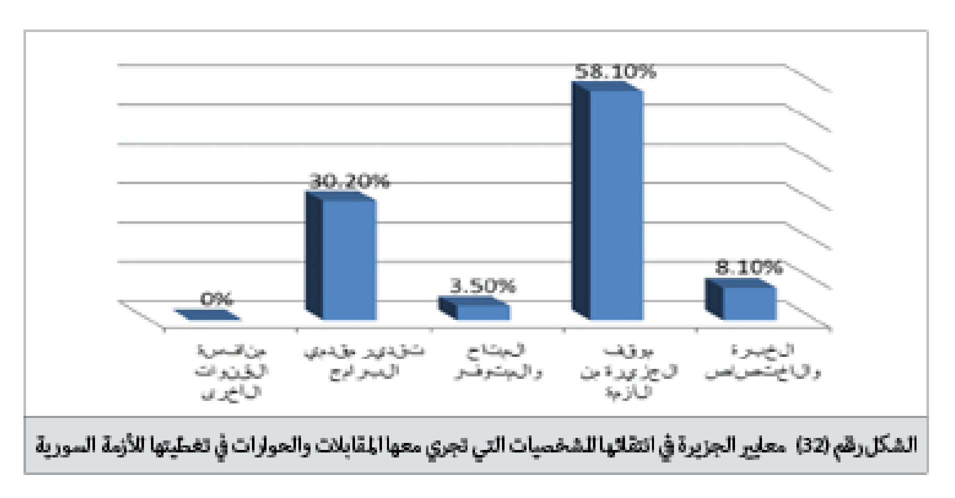
الشكل رقم (30) الطرف الذي تركز عليه المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

يرى تصف المبحوثين(50.0 ٪) أن الجزيرة تبرز في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية جميع الأطراف المعنية بالأزمة، ولكنها تبرزها بشكل غير متوازن، مقابل نسبة(18 . 6 ٪) يرون أنها تبرز جميع الأطراف بشكل متوازن، ونسبة 30 . 2٪ يرون أنها تبرز قوى المعارضة.



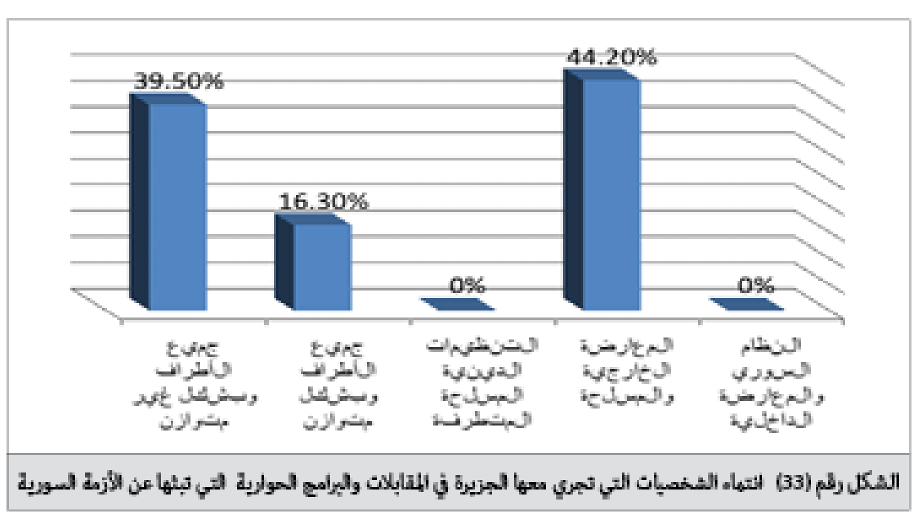
الشكل رقم (31) الطرف المعارض الذي تركز عليه الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها عن الأزمة السورية

ترى نسبة (43.0٪) أن الجزيرة نبرز في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية جميع الأطراف المعارضة ولكن بطريقة غير متوازنة، مقابل (20.9٪) يرزن أنها تبرز جميع الأطراف بشكل متوازن، و32.6٪ يرون أنها تبرز المعارضة المسلحة والمعارضة الخارجية.



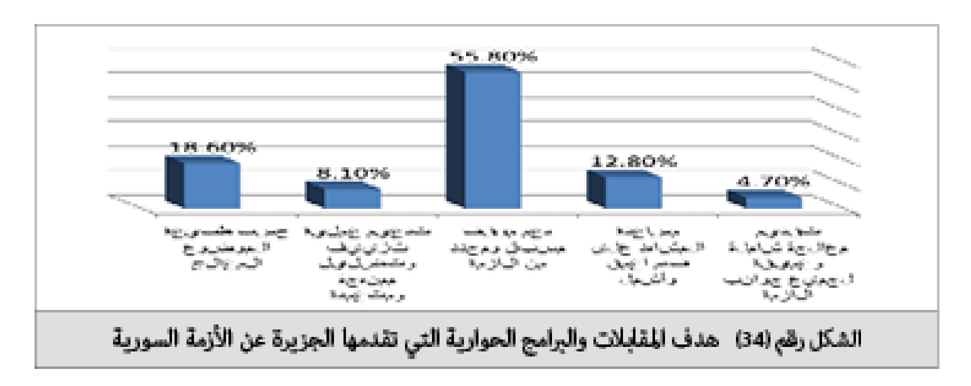
الشكل رقم (32) معايير الجزيرة في انتقائها للشخصيات التي تجري معها المقابلات والحوارات في تغطيتها للأزمة السورية

يرى (58.1٪) من المبحوثين أن المعيار الذي تستخدمه الجزيرة في انتقاء الشخصيات التي تستضيفها في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية هو معيار موقف هذه الشخصيات من الأزمة، مقابل (8.1٪) يرون أن هذا المعيار هو كفاءة هذه الشخصيات وخبرتها واختصاصها. في حين ترى نسبة مهمة(30.2٪) أن المعيار الذي تستخدمه الجزيرة هو تقدير مقدمي البرامج.



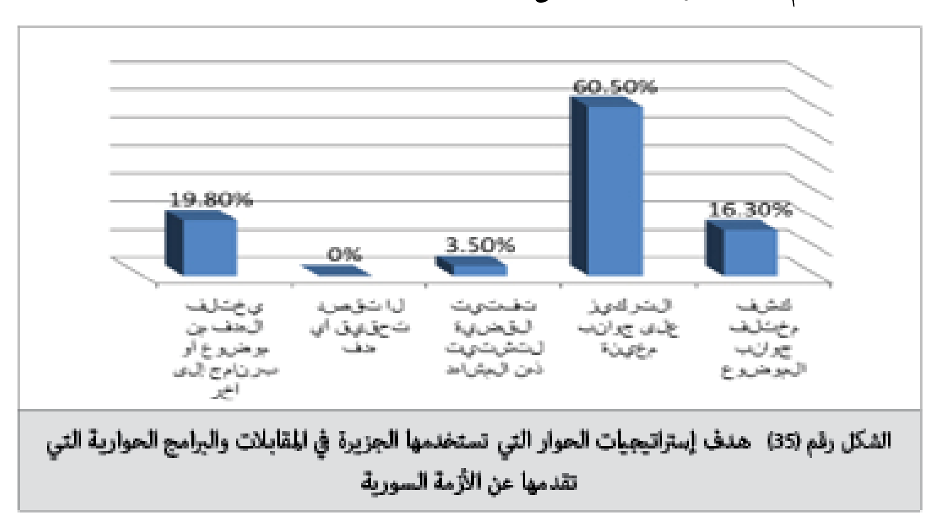
الشكل رقم (33) انتماء الشخصيات التي تجري معها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها عن الأزمة السورية

ترى نسبة (44.2٪) من المبحوثين أن الشخصيات التي تقدمها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية تنتمي إلى المعارضة الخارجية والمعارضة المسلحة. ونسبة (39 .5 ٪) يرون أنها تقدم الشخصيات التي تنتمي إلى جميع القوى المعارضة ولكن بشكل غير متوازن، مقابل (16.3٪) يرونها تقدم شخصيات تنتمي إلى جميع أطراف المعارضة بل متوازن.



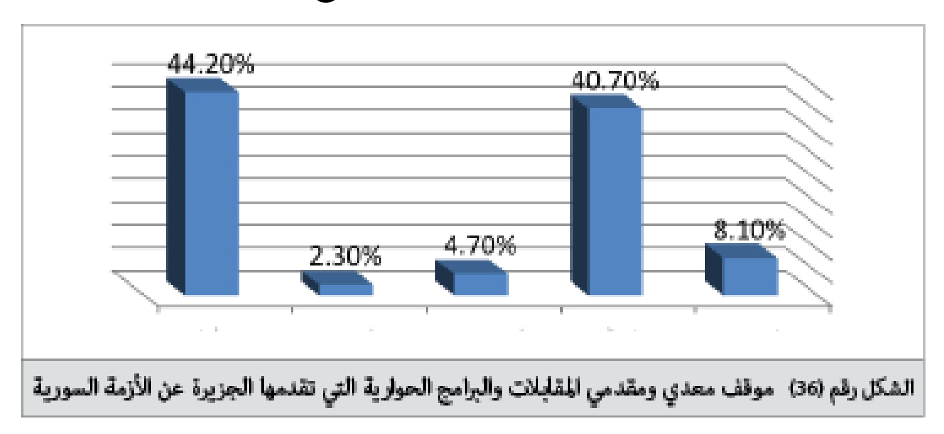
الشكل رقم (34) هدف المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى نسبة (55.8 ٪) من المبحوثين أن الهدف الرئيس الذي تسعى الجزيرة لتحقيقه من خلال المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية هو دعم موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة، مقابل نسبة (4.7 ٪) يرون أن هذا الهدف هو تقديم معالجة شاملة وعميقة لجميع جوانب الأزمة، ونسبة(8.1 ٪) ترى الهدف تدعيم عملية تزييف وتضليل ممنهجة ومتعمدة.



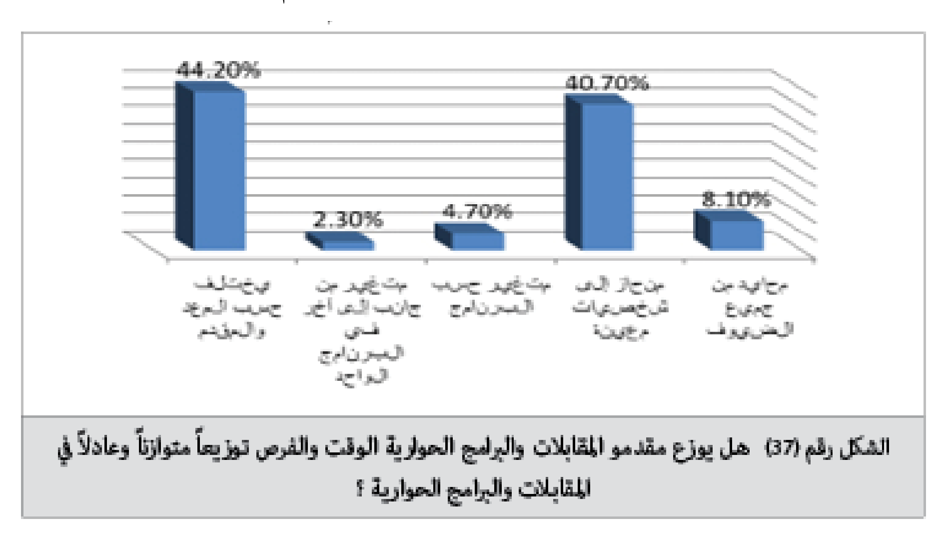
الشكل رقم (35) هدف إستراتيجيات الحوار التي تستخدمها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية

ترى نسبة (60.5 ٪) من المبحوثين أن هدف إستراتيجيات الحوار التي تستخدمها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية هو التركيز على جوانب معينة من الأزمة تتوافق مع موقف الجزيرة وسياستها، مقابل نسبة (16.3٪) يرون أن هذا الهدف هو كشف الجوانب المختلفة للموضوع الذي تجري معالجته.



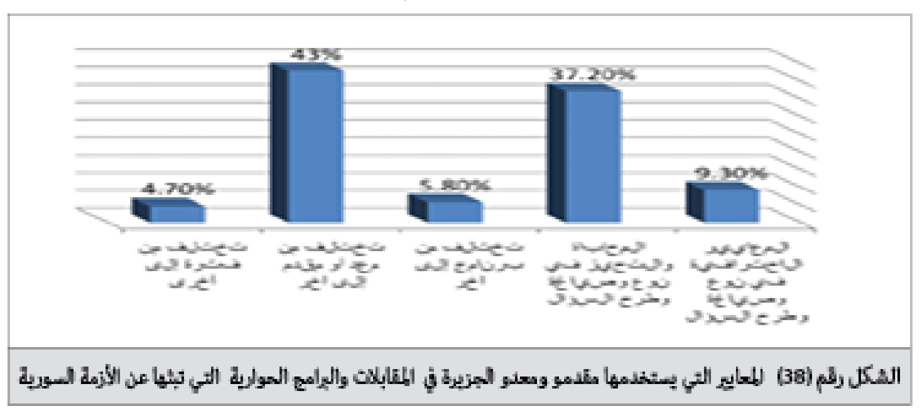
الشكل رقم (36) موقف معدي ومقدمي المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

وترى نسبة (40.7٪) من المبحوثين أن موقف معدي ومقدمي المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية هو موقف منحاز إلى شخصيات معينة، مقابل نسبة (7.0٪) فقط يرون أن موقف المعدين والمقدمين محايد، ولكن نسبة (44.2٪) يرون أن الموقف يختلف حسب المعد والمقدم.



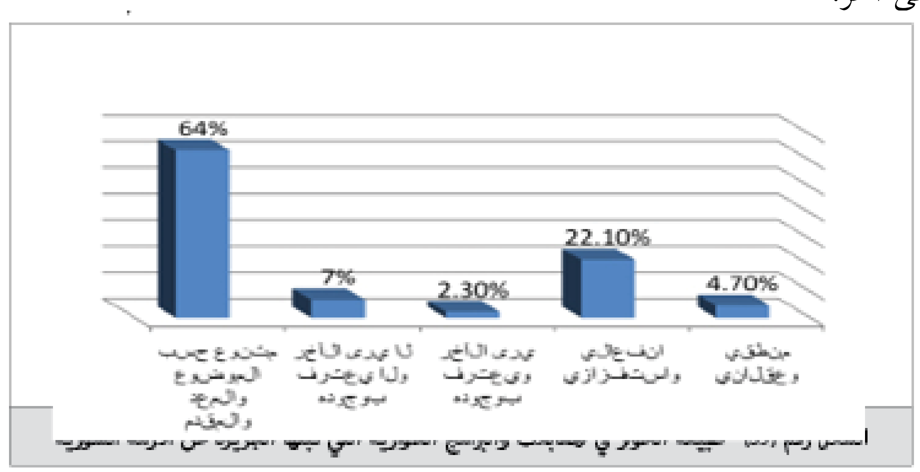
الشكل رقم (37) هل يوزع مقدمو المقابلات والبرامج الحوارية الوقت والفرص توزيعاً متوازناً وعادلاً في المقابلات والبرامج الحوارية ؟

ترى نسبة (37.2٪) أن المعدين والمقدمين ينحازون إلى شخصيات معينة متوافقة مع موقف الجزيرة وسياستها من الأزمة، مقابل نسبة(9.3٪) يرون أن توزيع الوقت عادل ومتوازن، ونسبة (1.2٪) يرون أن توزيع الفرص عادل ومتوازن. ولكن نسبة مهمة (43.0) ترى أن الموقف يختلف من مقدم أو معد إلى آخر.

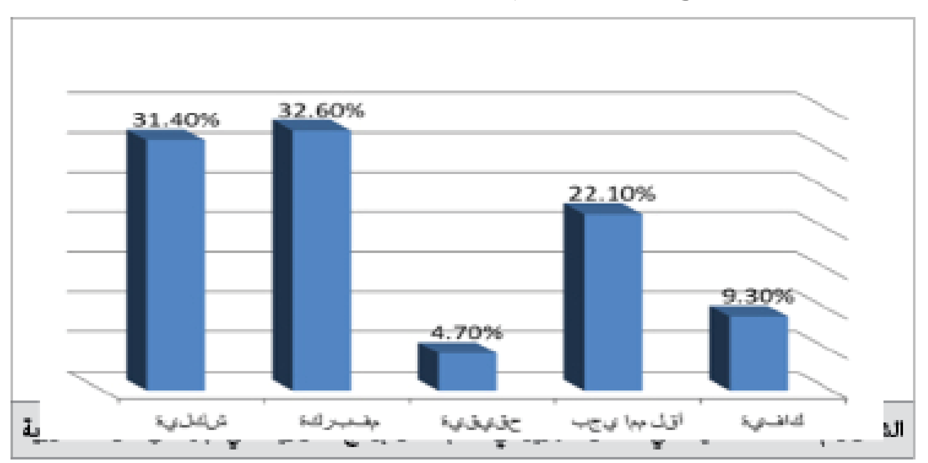


الشكل رقم (38) المعايير التي يستخدمها مقدمو ومعدو الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها عن الأزمة السورية

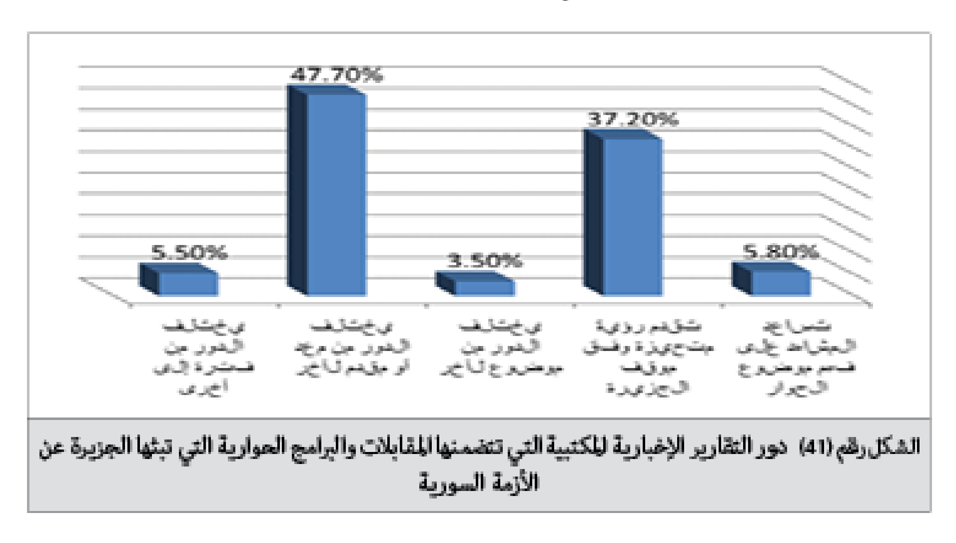
يرى (37.2٪) من المبحوثين أن السائد هو معيار المحاباة والتحيز في نوع الأسئلة وصياغتها وطرحها حسب موقف الشخصية من الأزمة، مقابل (9.3٪) يرون أن المعدين والمقدمين يستخدمون المعايير المهنية والاحترافية في نوع الأسئلة وصياغتها وطرحها. ولكن نسبة(43.0٪) يرون أن المعايير تختلف من معد أو مقدم إلى آخر.



ترى نسبة(22.1٪) من المبحوثين أن الحوار المستخدم انفعالي واستفزازي، مقابل (4.7٪) يرونه منطقياً وعقلانياً. ولكن نسبة مهمة(64.0٪) يرون أن طبيعة هذا الحوار متنوعة حسب الموضوع والمعد والمقدم.



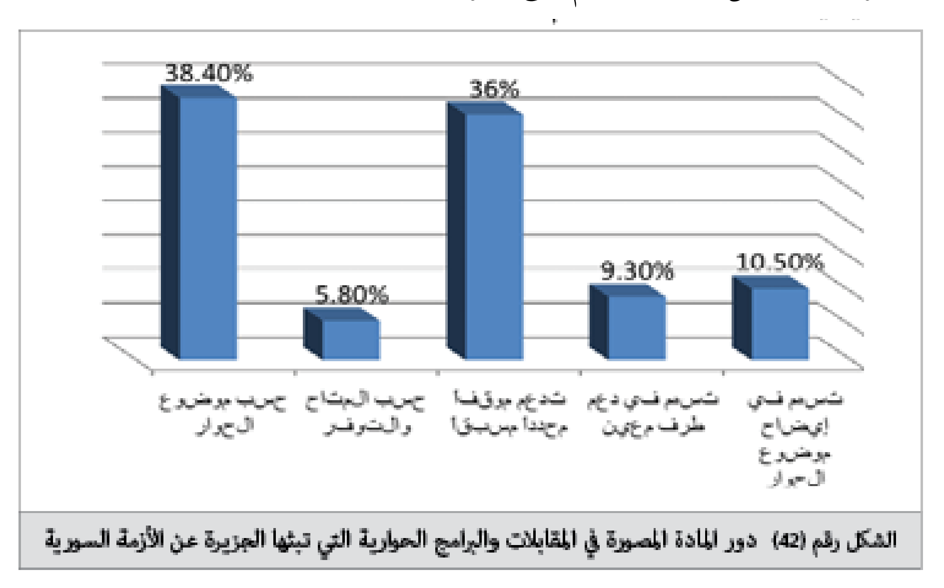
ترى نسبة (32.3٪) من المبحوثين أن التفاعلية التي تتضمنها المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية هي تفاعلية مفبركة وممسرحة، وأن نسبة (31.4٪) تراها شكلية، مقابل نسبة (4.7٪) تراها حقيقية.



الشكل رقم (41) دور التقارير الإخبارية المكتبية التي تتضمنها المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

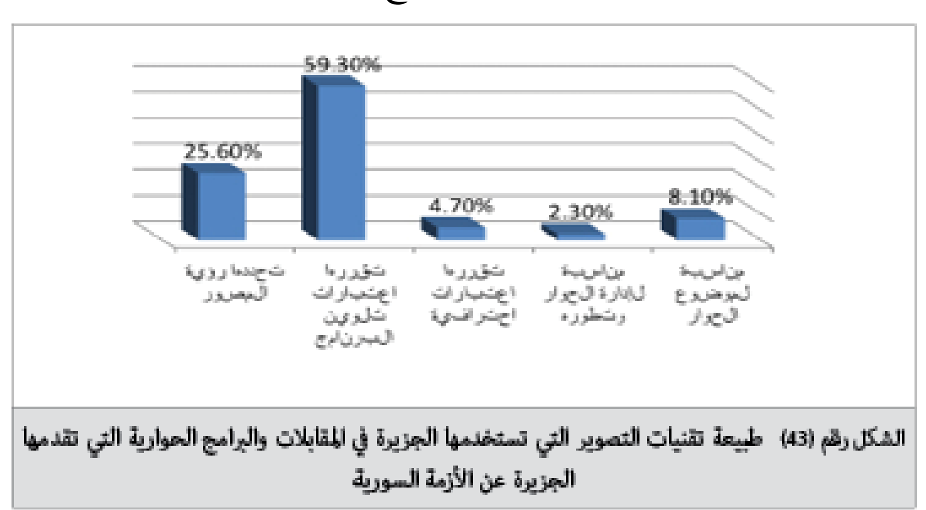
ترى نسبة(37.2٪) من المبحوثين أن هذه التقارير تقدم رؤية متحيزة تتناسب مع موقف الجزيرة وسياستها من الأزمة، مقابل نسبة(5.8٪) يرون أنها تساعد المشاهد

على فهم موضوع الحوار. ولكن نسبة مهمة(47.7٪) ترى أن الدور الذي تؤديه هذه التقارير يختلف من معد أو مقدم إلى آخر.



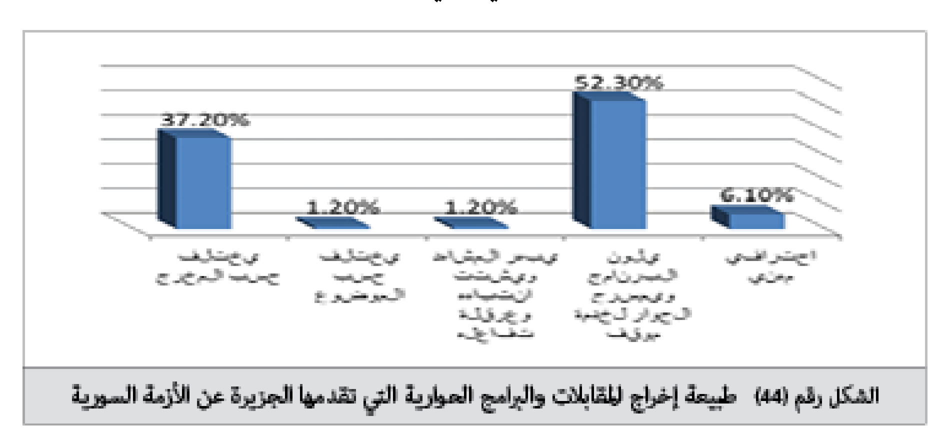
الشكل رقم (42) دور المادة المصورة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تبثها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى نسبة (36.0 ٪) من المبحوثين أن المادة المصورة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية تقوم بدعم موقف مسبق محدد من الأزمة، مقابل نسبة(10.5٪) ترى أنها تسهم في إيضاح موضوع الحوار، ونسبة (3.9٪) ترى أن هذه المادة تدعم طرفاً معيناً من أطراف الحوار. ولكن نسبة (38.4٪) ترى أن الهدف يختلف حسب موضوع الحوار.



الشكل رقم (43) طبيعة تقنيات التصوير التي تستخدمها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

ترى نسبة مهمة من المبحوثين (59.3٪) أن طبيعة تقنيات التصوير (اللقطات، وحركة الكاميرا، وزوايا التصوير) التي تستخدمها الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية تحددها وتقررها اعتبارات تلوين البرنامج وتوجيهه ليتناسب مع سياسة الجزيرة وموقفها من الأزمة، مقابل نسبة (4.7٪) يرون أن المعايير والاعتبارات الاحترافية هي التي تحدد تقنيات التصوير. ولكن نسبة (25.6٪) ترى أن رؤية المصور الخاصة هي التي تحدد تقنيات التصوير.

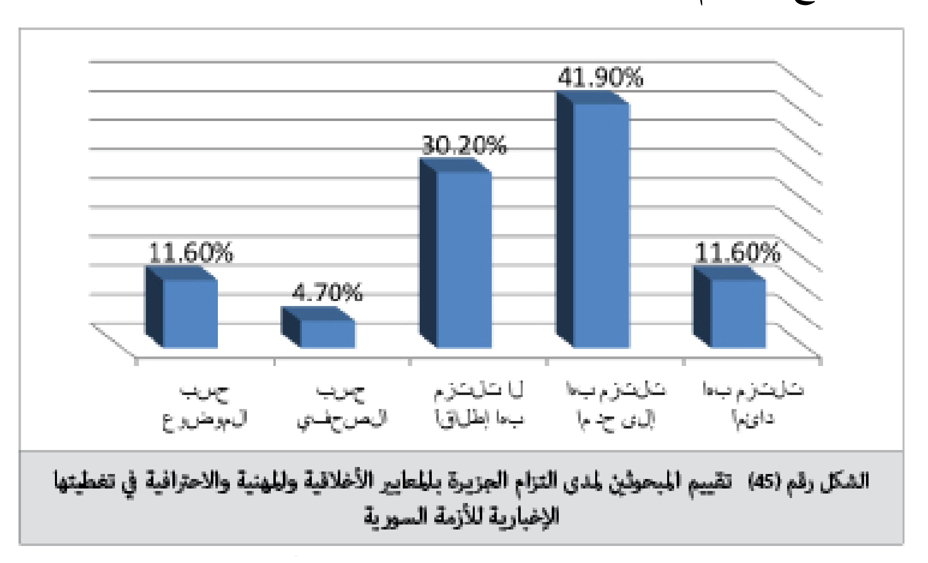


الشكل رقم (44) طبيعة إخراج المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية

يرى أكثر من نصف المبحوثين(52.3٪) أن إخراج المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية يهدف أساساً تلوين البرنامج ومسرحة الحوار ليتناسب مع موقف مسبق ومحدد من الأزمة، مقابل نسبة(1.6٪) يرون أن إخراج هذه البرامج مهني واحترافي ويستخدم لغة تلفزيونية مناسبة. ولكن نسبة مهمة(37.2٪) ترى أن طبيعة الإخراج تختلف من مخرج إلى آخر .

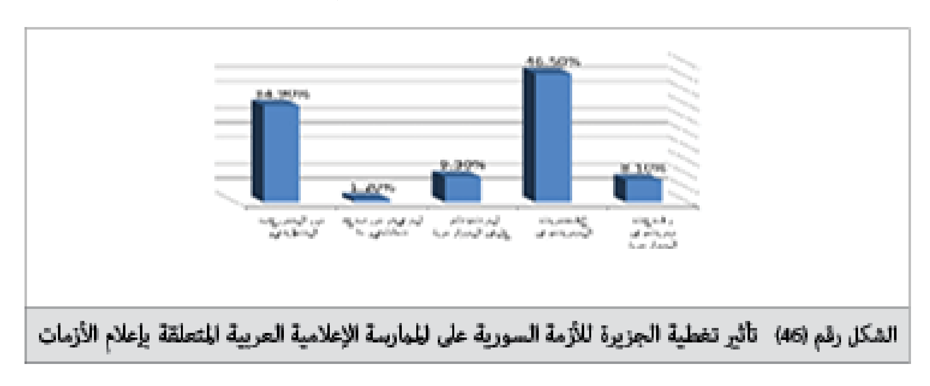


المحور الرابع : أحكام عامة



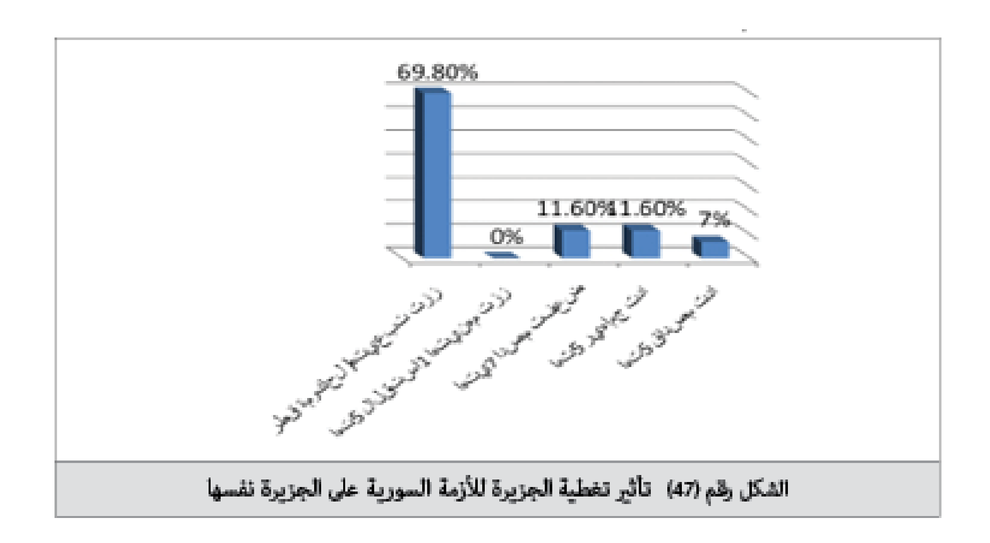
الشكل رقم (45) تقييم المبحوثين لمدى التزام الجزيرة بالمعايير الأخلاقية والمهنية والاحترافية في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية

يرى (30.2٪) من المبحوثين أن الجزيرة لا تلتزم إطلاقاً بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية، ونسبة (41.9٪) ترى أنها تلتزم بهذه ولكن إلى حد ما، وذلك مقابل نسبة (10٪) ترى أنها تلتزم بها دائماً.



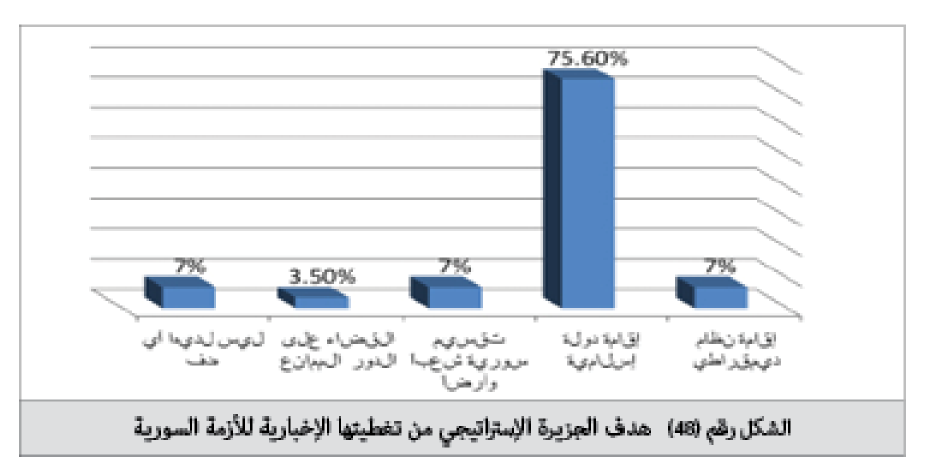
الشكل رقم (46) تأثير تغطية الجزيرة للأزمة السورية على الممارسة الإعلامية العربية المتعلقة بإعلام الأزمات

ترى نسبة مهمة من المبحوثين(46.5٪) أن تغطية الجزيرة خفضَّت مستوى الممارسة العربية المتعلقة بإعلام الأزمات، مقابل نسبة(8.1٪) ترى أنها رفعت مستوى الممارسة. ولكن نسبة (34.9٪) ترى أنه من الصعب تقدير هذا التأثير الآن، ونسبة(9.3٪) ترى أن هذه التغطية لم تؤثر على الممارسة الإعلامية العربية.



الشكل رقم (47) تأثير تغطية الجزيرة للأزمة السورية على الجزيرة نفسها

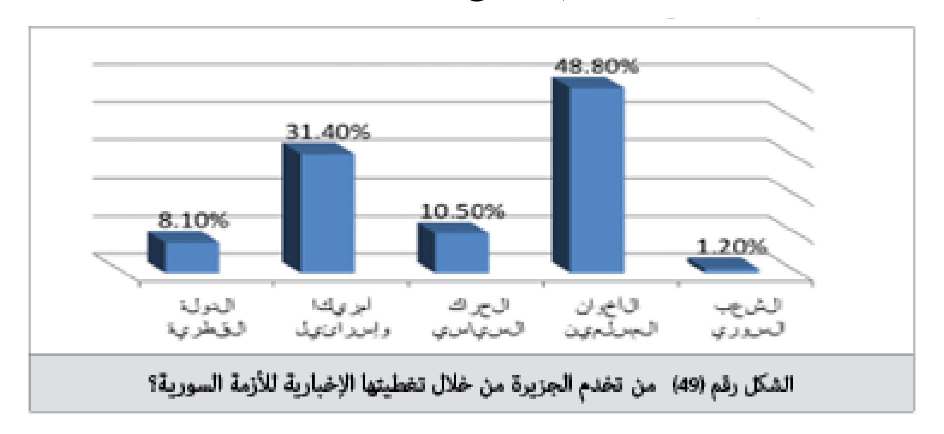
ترى غالبية المبحوثين(69.8٪) أن هذه التغطية عزَّزت تبعية قناة الجزيرة للحكومة القطرية، مقابل (0٪) يرون أنها عـززت مهنيتها واستقلاليتـها. ونسبة (11.6٪) ترى أن هذه التـغطيـة أضعـفت مـصـداقيـة الجـزيرة، ونسـبـة(7.0٪) ترى أنهـا زادت مصداقيتها، ونسبة (11.6٪) ترى أنها زادت جماهيريتها.



الشكل رقم (48) هدف الجزيرة الإستراتيجي من تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية

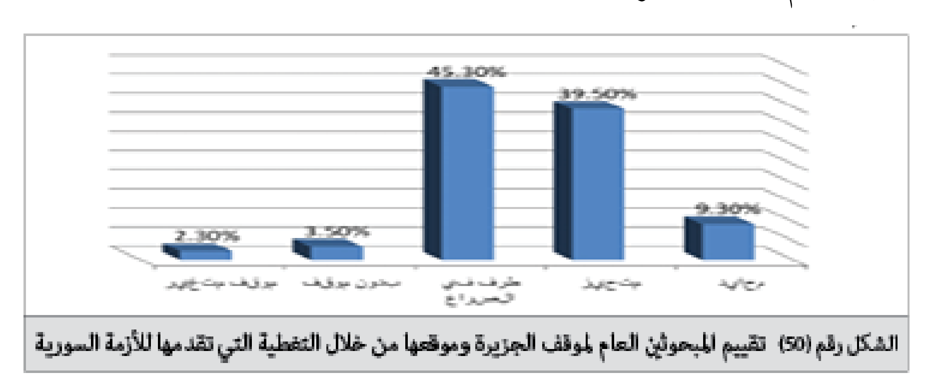
ترى أكثرية المبحـوثين (75.6٪) أن الهـدف الإسـتراتيـجي الذي تسـعى الجـزيرة تحقيقه من خـلال تغطيتـها الإخـبارية للأزمة السـورية هو إقامة دولة إسلامية في سورية، مقابل نسبة (7.0٪) يرون أن هذا الهـدف هو إقامة نظام وطني وديمقراطي في سورية، و نفس النسبة ترى أن الهـدف هو تقسيم سـورية أرضاً وشعـباً، ونفس

النسبة أيضاً ترى عدم وجود أي هدف، ونسبة (3.5٪) يرون أن الهدف ا هو القضاء على الدور السوري المقاوم والممانع.



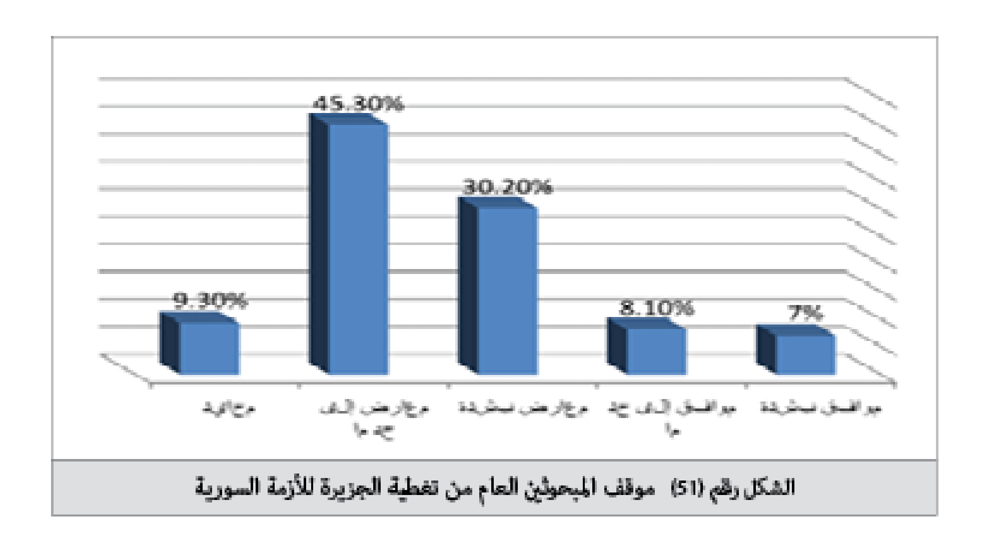
الشكل رقم (49) من تخدم الجزيرة من خلال تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية؟

يرى حوالي نصف المبحوثين (48.8٪) أن الجزيرة تخدم في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية التيارات الدينية وخاصة الأخوان المسلمين، مقابل نسبة (1.2٪) يرون أنها تخدم الشعب السوري والدولة السورية، ونسبة (10.5٪) يرون أنها تخدم الحراك السياسي والاجتماعي السوري والعربي. وترى نسبة (31.4٪) أن الجزيرة تخدم السياسة الأمريكية والإسرائيلية في المنطقة، ونسبة (8.1٪) ترى أن هذه التغطية تخدم الدولة القطرية ومصالحها.



الشكل رقم (50) تقييم المبحوثين العام لموقف الجزيرة وموقعها من خلال التغطية التي تقدمها للأزمة السورية

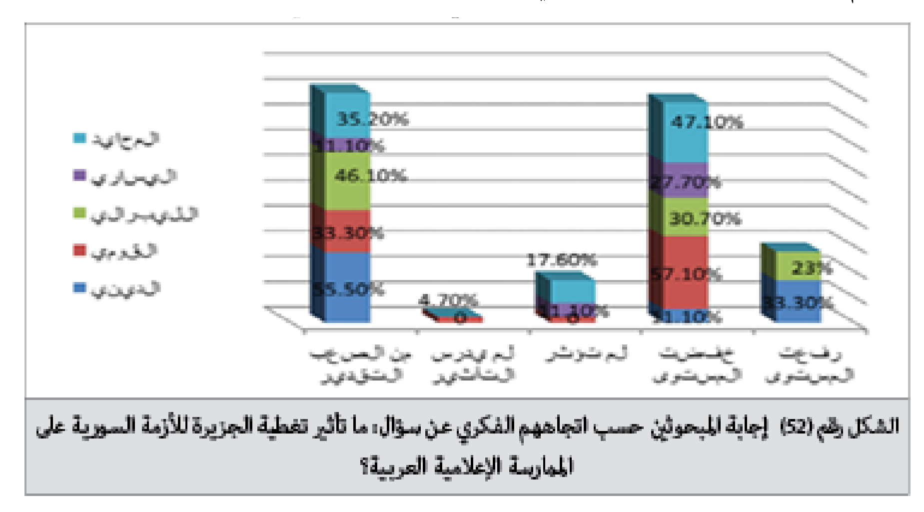
ترى نسبة (45.3٪) من المبحوثين أن الجزيرة طرف في الصراع، ونسبة (39.5٪) يرون موقفها متحيزاً، مقابل نسبة (9.3٪) يرون موقفها محايداً.



الشكل رقم (51) موقف المبحوثين العام من تغطية الجزيرة للأزمة السورية

حددت الأكثرية الساحقة من المبحوثين (75.5٪) أن موقفها معارض لهذه التغطية؛ (30.2٪) معارض بشدة، و 45.3٪ معارض إلى حد ما)، وذلك مقابل نسبة (15.1٪) موافقون على هذه التغطية (7.1٪ موافقون بشدة، وً 8.1٪ موافقون إلى حد ما، في حين أن نسبة (9.3٪) من المحوثين حددوا موقفهم بأنه "محايد"؟

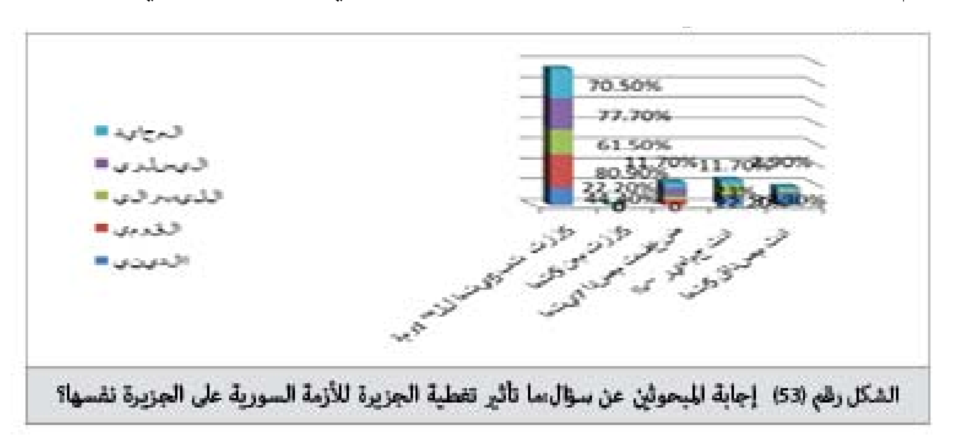
الأحكام العامة حسب الاتجاه الفكري للمبحوثين



الشكل رقم (52) إجابة المبحوثين حسب اتجاههم الفكري عن سؤال: ما تأثير تغطية الجزيرة للأزمة السورية على الممارسة الإعلامية العربية؟

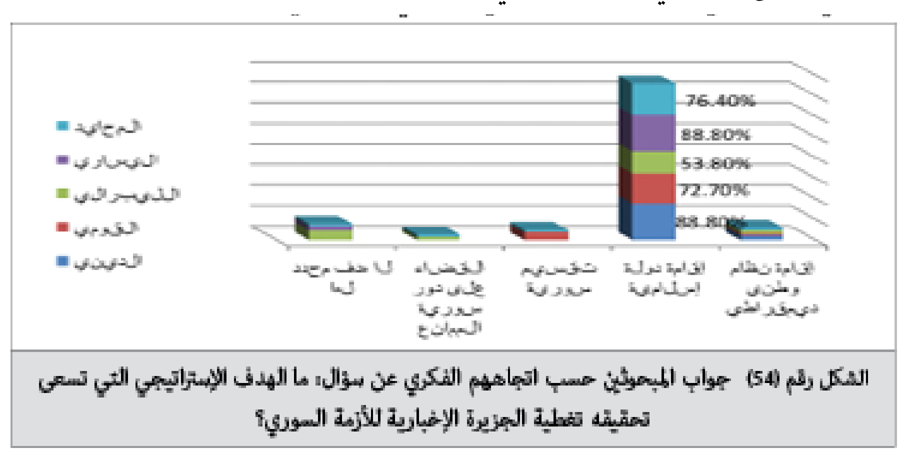
يوضح الشكل أن الاتجاه الليبرالي هو أكثر من يرى أن الجزيرة تلتزم في تغطيتها للأزمة السورية بالمعايير الأخلاقية والمهنية دائماً وإلى حد ما(69.1٪) يليه

الاتجاه الديني(67.7٪) ثم المحايد(55.8٪)، وأقل اتجاه يراها تلتزم بالمعايير المهنية والأخلاقية هو اليساري(33.3٪)، في حين أن الاتجاه القومي هو أكثر من يراها لا تلتزم إطلاقاً بهذه المعايير(66.6٪)، مقابل 11.1٪ للديني و6.7٪ لليبرالي.



الشكل رقم (53) إجابة المبحوثين عن سؤال ما تأثير تغطية الجزيرة للأزمة السورية على الجزيرة نفسها؟

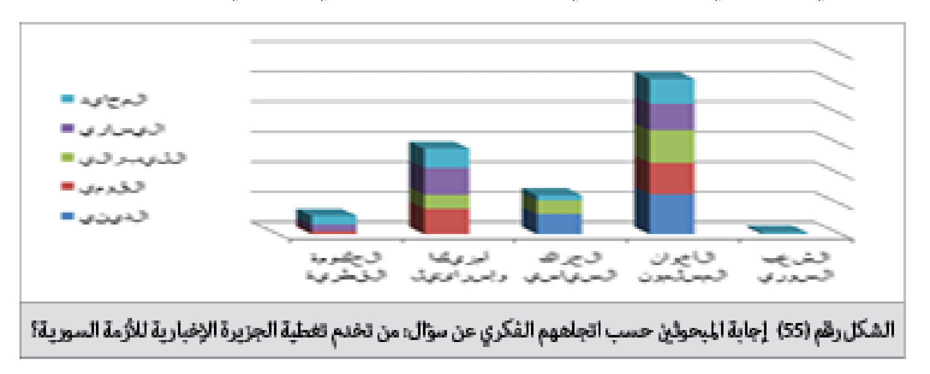
أكثر اتجاه يرى أن التغطية رفعت مستوى الممارسة هو التيار الديني (33.3٪)، مقابل (0٪) للاتجاهات القومية واليسارية والمحايدة. وأكثر اتجاه يراها خفضت مستوى الممارسة هو الاتجاه القومي(57.1٪) يليه المحايد(47.1٪) ثم الليبرالي (30.0٪)، وأقل نسبة في الاتجاه الديني(11.1٪).



الشكل رقم (54) جواب المبحوثين حسب اتجاههم الفكري عن سؤال: ما الهدف الإستراتيجي التي تسعى تحقيقه تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السوري؟

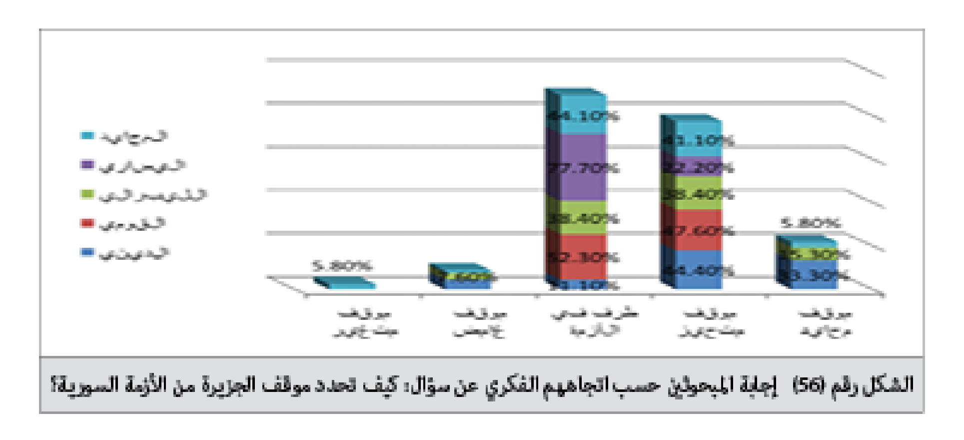
ترى الأكثرية في جميع الاتجاهات، باستثناء الاتجاه الديني، أن تغطية الجزيرة عززت تبعيتها للحكومة القطرية(8.9٪ الاتجاه القومي، و77.7٪ الاتجاه اليساري، و70.5٪ المحايد، و61.5٪ الليبرالي، و44.4٪ الديني). وترى نسبة(0٪) من المبحوثين

أن هذه التغطية عززت مهنية الجزيرة واستقلاليتها.أما نسبة من يرون أن التغطية زادت مصداقية الجزيرة فتبلغ ذروتها في الاتجاه الديني(33.3٪)، وتنخفض إلى (7.6٪) في الليبرالي، و2.9٪ في المحايد, إلى (0٪) في القومي واليساري.



الشكل رقم (55) إجابة المبحوثين حسب اتجاههم الفكري عن سؤال: من تخدم تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

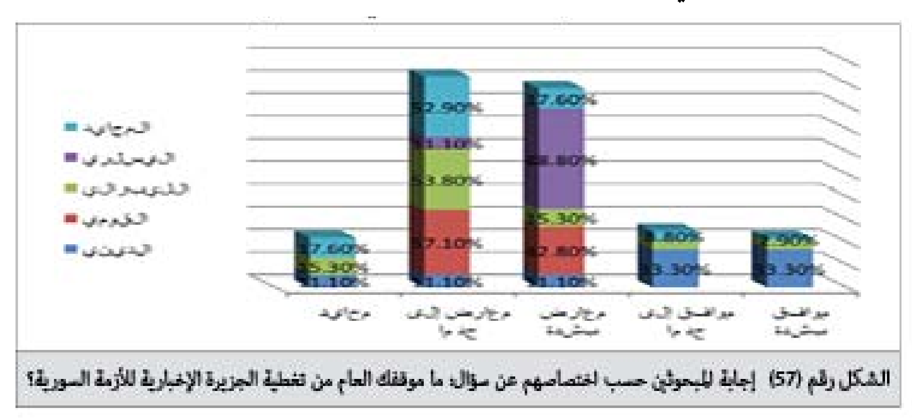
ترى الأكثرية الساحقة في الاتجاهات أن إقامة دولة إسلامية في سورية هو الهدف الإستراتيجي الذي تسعى الجزيرة تحقيقه من خلال تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية (88.8٪ في الاتجاهين الديني واليساري، و76.4٪ في الاتجاه المحايد، و 72.7٪ في الاتجاه القومي) وتنخفض في الاتجاه الليبرالي إلى 53.8٪. بينما تتراوح نسبة من يرون الهدف إقامة نظام وطني ديمقراطي من(0٪) في الاتجاه اليساري إلى (11.1٪) في الاتجاه الديني.



الشكل رقم (56) إجابة المبحوثين حسب اتجاههم الفكري عن سؤال: كيف تحدد موقف الجزيرة من الأزمة السورية؟

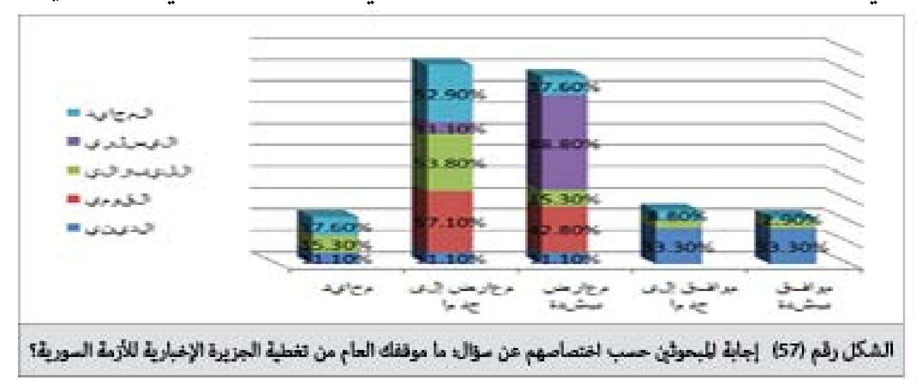
ترى نسبة مهمة من مختلف الاتجاهات أن التغطية الإخبارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية تخدم التيارات الدينية وخاصة الأخوان المسلمين(66.6٪ في الاتجاه الديني، و52.3٪ في الاتجاه القومي،و41.1٪) في الاتجاه المحايد).أما نسبة

من يراها تخدم أمريكا وإسرائيل فتتراوح بين (0٪) في الاتجاه الديني إلى (44.4٪) في الاتجاه اليساري و(42.8٪) في الاتجاه القومي. ونسبة من يرى أنها تخدم الشعب السوري فتبلغ(0٪) في الاتجاهات الدينية والقومية والليبرالية واليسارية، و(2.9٪) في الاتجاه المحايد.



الشكل رقم (57) إجابة المبحوثين حسب اختصاصهم عن سؤال: ما موقفك العام من تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

يرى (77.7٪) من الاتجاه اليساري أن موقف الجزيرة من الأزمة هو أنها تعد نفسها طرفاً منها (تنخفض هذه النسبة إلى 11.1٪ في الديني، ولكنها تبلغ 52.3٪ في القومي و44.1٪ في المحايد).وترى نسبة (47.6٪) من الاتجاه القومي أن الجزيرة تقف موقفاً متحيزاً. وأعلى نسبة ترى الجزيرة تقف موقفاً محايداً نجدها في الاتجاه الديني(33.3٪)، تنخفض هذه النسبة إلى (0٪) في الاتجاهين القومي واليساري.

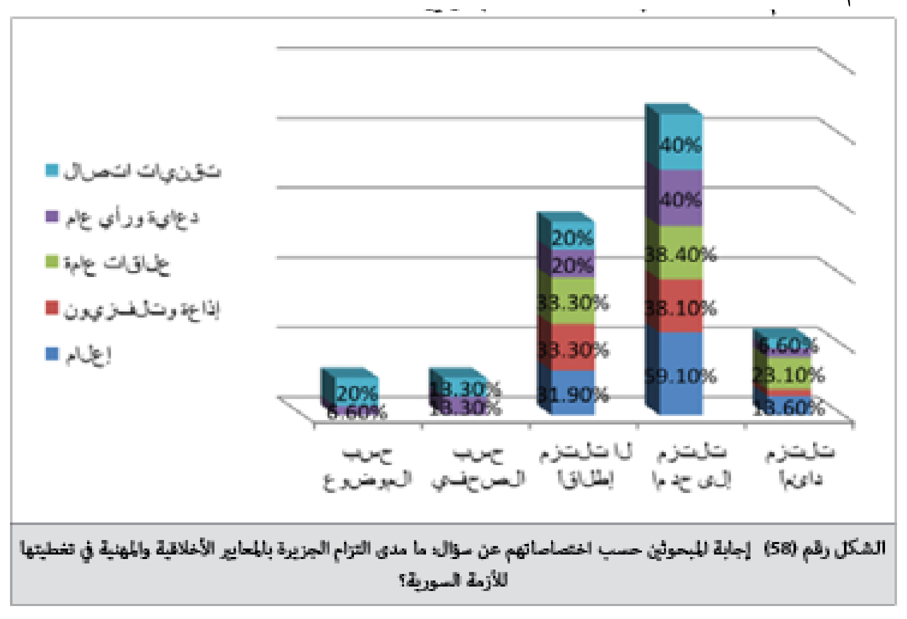


الشكل رقم (57) إجابة المبحوثين حسب اختصاصهم عن سؤال: ما موقفك العام من تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

نجد أعلى نسبة موافق بشدة وموافق إلى حد ما على التغطية الإخبارية التي تقدمها الجزيرة للأزمة السورية في الاتجاه الديني (33.3٪)، ونجد أعلى نسبة معارض بشدة لهذه التغطية في الاتجاه اليساري (88.8٪)، وأعلى نسبة معارض إلى حد ما لهذه التغطية نجدها في الاتجاه المحايد(52.9٪).

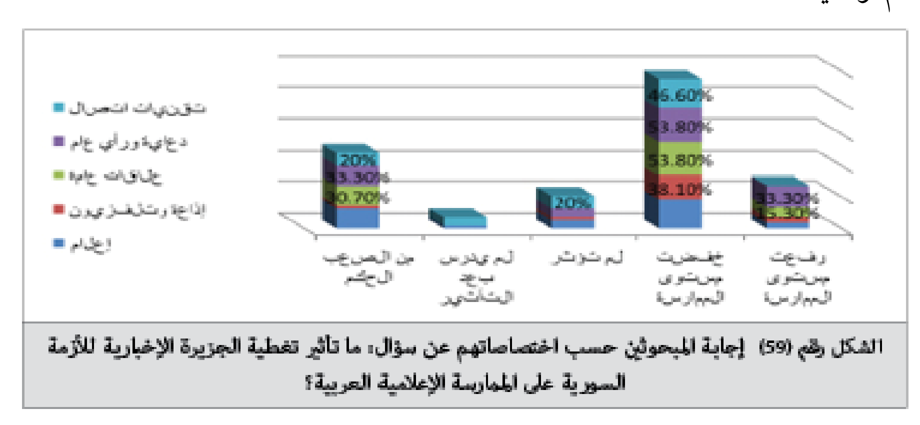


الأحكام العامة حسب اختصاصات المبحوثين



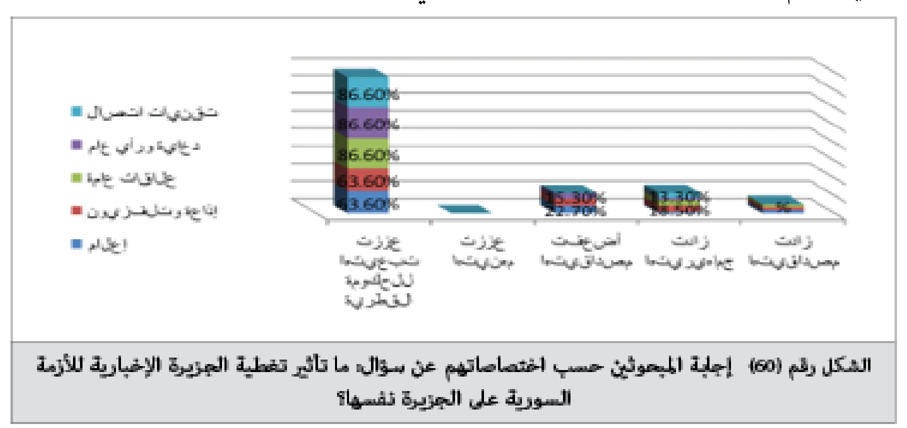
الشكل رقم (58) إجابة المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: ما مدى التزام الجزيرة بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تغطيتها للأزمة السورية؟

نجد أعلى نسبة ترى أن الجزيرة تلتزم في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية بالمعايير المهنية دائماً في اختصاص العلاقات العامة(23.1٪) وتنخفض هذه النسبة إلى (4.7٪) في اختصاص إذاعة وتلفزيون.وأعلى نسبة ترى الجزيرة تلتزم إلى حد ما نجدها في اختصاص الإعلام(59.1٪)، وتنخفض هذه النسبة إلى (38.1٪) في اختصاص الإذاعة والتلفزيون. أما أعلى نسبة ترى أن الجزيرة لا تلتزم إطلاقاً بالمعايير المهنية والأخلاقية في هذه التغطية فنجدها في اختصاصي الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة(33.3٪)، تنخفض إلى (20.0٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام وتقنيات الاتصال.



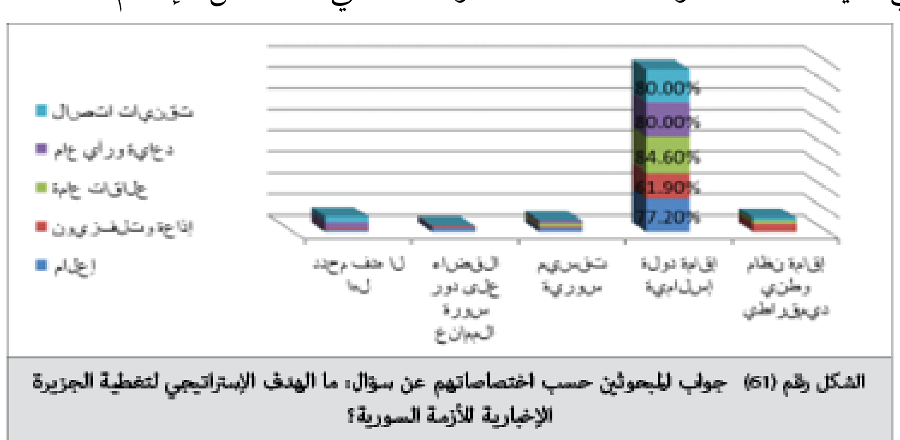
الشكل رقم (59) إجابة المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: ما تأثير تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية على الممارسة الإعلامية العربية؟

أعلى نسبة ترى أن تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية، رفعت مستوى الممارسة العربية في مجال إعلام الأزمات، نجدها في اختصاص الدعاية والرأي العام(33.3٪)، تنخفض إلى (0٪) في اختصاص تقنيات الاتصال. وأعلى نسبة ترى أن هذه التغطية خفضت مستوى الممارسة نجدها في اختصاصي العلاقات العامة والدعاية والرأي العام(53.8٪)، تنخفض إلى 38.1٪ في اختصاص الإذاعة والتلفزيون.



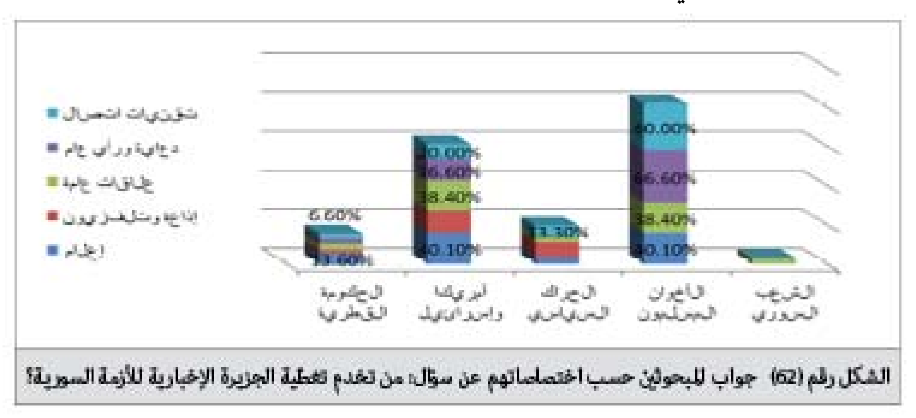
الشكل رقم (60) إجابة المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال ما تأثير تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية على الجزيرة نفسها؟

الغالبية الساحقة من مختلف الاختصاصات ترى أن تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية عززت تبعية الجزيرة للحكومة القطرية(86.6٪ في اختصاصات إذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة وتقنيات الاتصال، و63.3٪ في اختصاصي الإعلام والدعاية. وتتراوح نسبة من يرون أن هذه التغطية زادت مصداقية الجزيرة من (0٪) في اختصاصي الدعاية والرأي العام وتقنيات الاتصال و(5.9٪) في اختصاص الإذاعة والتلفزيون.أما نسبة من يرون أن التغطية أضعفت المصداقية فتتراوح بين(0٪) في تقنيات الاتصال والعلاقات العامة، و22.9٪) في اختصاص الإعلام.



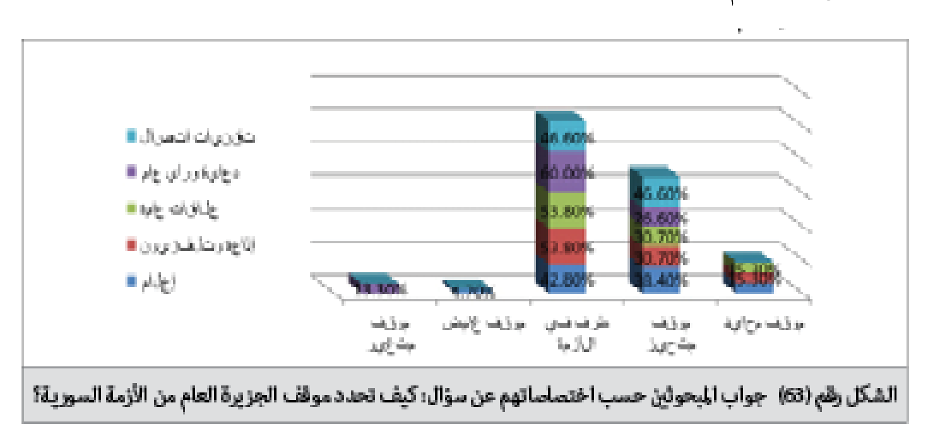
الشكل رقم (61) جواب المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: ما الهدف الإستراتيجي لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

ترى الأغلبية الساحقة من جميع الاختصاصات أن هدف التغطية هو إقامة دولة إسلامية (84.6٪ في اختصاص العلاقات العامة، و80.0٪ في اختصاصي الدعاية والرأي العام). في حين أن نسبة من يرى الهدف إقامة نظام وطني ديمقراطي تتراوح بين (0٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام و(6.6٪) في اختصاص تقنيات الاتصال، و19.0٪) في اختصاص الإذاعة والتلفزيون.



الشكل رقم (62) جواب المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: من تخدم تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

تنخفض نسبة من يرون أن التغطية الإخبارية التي تقدمها الجزيرة للأزمة السورية تخدم الشعب السوري إلى (0٪) في أربعة اختصاصات. أما نسبة من يرون أن هذه التغطية تخدم الأخوان المسلمين فتتراوح بين 38.4٪ في اختصاص العلاقات العامة و66.6٪ في اختصاص الدعاية والرأي العام. وتتراوح نسبة من يرون أنها تخدم أمريكا وإسرائيل بين (20.0٪) في اختصاص تقنيات الاتصال و (40.1٪) في اختصاص الإعلام والصحافة.



الشكل رقم (63) جواب المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: كيف تحدد موقف الجزيرة العام من الأزمة السورية؟

ترى نسبة مهمة من جميع الاختصاصات أن الجزيرة تعد نفسها طرفاً من أطراف الأزمة (تتراوح هذه النسبة بين 42.8٪ في اختصاص الإعلام و (60.0٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام). وتتراوح نسبة من يرون أنها تقف موقفاً محايداً من (0٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام إلى 15.3٪ في اختصاصي الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة.

الشكل رقم (64) جواب المبحوثين حسب اختصاصاتهم عن سؤال: كيف تحدد موقفك العام من تغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية؟

ترتفع نسبة المعارضين بشدة إلى(53.3٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام، وترتفع نسبة المعارضين إلى حد ما في اختصاص الإعلام. وتتراوح نسبة الموافقين بشدة بين (0٪) في اختصاص الدعاية والرأي العام و(15 .3٪) في اختصاص العاقات العامة. ونسبة المحايدين تتراوح بين (6.6٪) في اختصاص تقنيات الاتصال و(14 .1٪) في اختصاص الإذاعة والتلفزيون.

النتائج العامة

1- قييم الأخبار

يمكننا التحليل الكمي التفصيلي السابق لتقييم أساتذة الإعلام والاتصال العرب للأخبار التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية التوصل إلى النتائج العامة التالية المتعلقة بالجوانب المختلفة لهذه التغطية:

ترى غالبية المبحوثين (73.3٪) أن موقف الحكومة القطرية من الأزمة السورية هو المرجعية التي تعتمدها الجزيرة في تغطيتها الإخبارية للأزمة، هو موقف الحكومة القطرية.

ترى غالبية المبحوثين (72.1٪) أن معايير انتقاء الأخبار التي تبثها الجزيرة عن الأزمة تحددها اعتبارات موقف مسبق ومحدد من الأزمة.

ترى غالبية المبحوثين (74.2) أن القيم الإخبارية التي تعتمدها الجزيرة في أخبارها عن الأزمة السورية هي القيم التي تتوافق مع موقف مسبق ومحدد من الأزمة.

يرى (512٪) من المبحوثين أن الجزيرة تعتمد في أخبارها عن الأزمة السورية على مصادر متعدد ومتنوعة، ولكن نسبة (36٪) يرون أنها تعتمد على مصادر خاصة ومتحيزة.

يرى (48.8٪) من المبحوثين أن موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة هو الذي يحدد موقع الأخبار المتعلقة بالأزمة داخل نشرات الأخبار.

يرى (59 . 3٪) من المبحوثين أن معيار الجزيرة في انتقاء الوقائع والمعلومات في الأخبار التي تقدمها عن الجزيرة هو موقفها المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (55.8٪) من المبحوثين أن معيار الجزيرة في تحديد العناصر الإخبارية وتسلسل أهميتها في الأخبار التي تبثها عن الأزمة السورية هو اعتبارات ومتطلبات موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (55.8٪) من المبحوثين أن هدف الخلفية التي تستخدمها الجزيرة في أخبارها عن الأزمة هو تلوين هذه الأخبار وتوجيهها لتتناسب مع موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (57٪) من المبحوثين أن معيار انتقاء الشخصيات التي تستخدمها الجزيرة في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة هو مدى انسجام هذه الشخصيات وتوافقها مع موقف الجزيرة من الأزمة.

يرى (51.2٪) من المبحوثين أن هدف الأشكال المختلفة لدعم الخبر التي تستخدمها الجزيرة في أخبارها عن الأزمة هو تلوين هذه الأخبار وتوجيهها لتتناسب مع موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (51.2٪) من المبحوثين أن الجزيرة لا تحقق التوازن بين جميع جوانب الأزمة في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة السورية.

يرى (52.3٪) من المبحوثين أن الجزيرة لا تحقق التوازن بين جميع الأطراف المعنية بالأزمة في أخبارها عن الأزمة السورية.

يرى(47.7٪) أن الجزيرة لا تحقق التوازن في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية بين مختلف الأطراف في المعارضة السورية.

يرى (48.4٪) أن الجزيرة لا تحقق التوازن في الأخبار التي تقدمها عن الأزمة بين مختلف التنظيمات المعارضة المسلحة.

يرى (39.5٪) من المبحوثين أن اللهجة التي تستخدمها الجزيرة في أخبارها عن الأزمة هي اللهجة التي تتناسب مع موقفها المحدد مسبقاً من الأزمة.

يرى (45.4٪) من المبحوثين أن هدف المادة المصورة في الأخبار التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة هو تلوين الأخبار وتوجيهها لتتناسب مع موقف الجزيرة المحدد والمسبق من الأزمة.

يرى (58.1٪) من المبحوثين أن معيار استخدام تقنيات التصوير في الأخبار التي تبثها عن الأزمة هو اعتبارات توجيه الخبر ليتناسب مع موقف الجزيرة.

يرى (65.1٪) أن كمية الأخبار التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية هي أكثر مما تتطلبه الأزمة وتستحقه.

2- تقييم التقارير الإخبارية والمكتبية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة السورية:

يرى (50٪) من المبحوثين أن هدف التقارير الإخبارية المكتبية هو تلوين التغطية وتوجيهها لتتناسب مع موقف الجزيرة المحدد والمسبق من الأزمة.

يرى (61.6٪) من المبحوثين أن الجزيرة تعتمد في تقاريرها الإخبارية المكتبية على مصادر متنوعة ومتعددة، مقابل (31.4٪) يرون أنها تعتمد على مصادر خاصة ومتحيزة.

يرى (62.8٪) من المبحوثين أن الجزيرة تعتمد في تقاريرها الإخبارية الميدانية التي تقدمها عن الأزمة السورية على مصادر متنوعة ومتعددة، مقابل (23.3٪) يرون أنها تعتمد على مصادر خاصة ومتحيزة.

يرى (20.9٪) من المبحوثين أن المادة المصورة التي تتضمنها التقارير الإخبارية الميدانية عن الأزمة مفبركة وممسرحة.

يرى (59.3٪) أن الدور الذي تؤديه التقارير الإخبارية الميدانية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة هو تلوين الخبر وتوجيهه ليتناسب مع موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (47.4٪) من المبحوثين أن هدف الجزيرة من الاعتماد على مراسلين محليين في تقاريرها الإخبارية الميدانية عن الأزمة هو استغلال هؤلاء المراسلين لتقديم صورة زائفة عن الأحداث.

يرى (45.3٪) من المبحوثين أن شهود العيان الذين تستخدمها الجزيرة في تقاريرها الإخبارية الميدانية عن الأزمة هم أشخاص تم انتقاؤهم وتدريبهم على تأدية دور معين.

3- تقييم المقابلات والبرامج الحوارية:

يرى (65.1٪) من المبحوثين أن الجزيرة تقدم مقابلات وبرامج حوارية عن الأزمة السورية أكثر مما تتطلبه وتستحقه هذه الأزمة.

يرى (41.9٪) أن الجزيرة لا تحقق التوازن في المقابلات والبرامج الحوارية على جميع جوانب الأزمة.

يرى (50٪) من المبحوثين أن الجزيرة لا تحقق التوازن في المقابلات والبرامج الحوارية بين جميع الأطراف المعنية بالأزمة.

يرى (43٪) أن الجزيرة لا تحقق التوازن في المقابلات والبرامج الحوارية بين مختلف القوى المعارضة.

يرى (58.1٪) أن معيار انتقاء الشخصيات الذين تستضيفهم الجزيرة في المقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها عن الأزمة السورية هو اعتبارات ومتطلبات موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة.

يرى (55.8٪) أن الهدف الأساسي للمقابلات والبرامج الحوارية التي تقدمها الجزيرة عن الأزمة هو دعم موقف الجزيرة المحدد والمسبق من الأزمة.

يرى (60.5٪) أن إستراتيجيات الحوار المتبعة في هذه المقابلات والبرامج الحوارية تتمثل في التركيز على جوانب معينة من الأزمة استجابة لموقف الجزيرة وسياستها.

يرى (40.7٪) أن موقف معدي ومقدمي هذه المقابلات والبرامج الحوارية هو موقف منحاز إلى شخصيات معينة متوافقة مع موقف الجزيرة وسياستها، مقابل (8.1٪) يرونه موقفاً محايداً.

يرى (43.0٪) أن تحقيق التوازن في توزيع الوقت والفرص بين مختلف الضيوف في هذه البرامج يتوقف على المعد أو المقدم، بينما يرى(37.2٪) أن هناك تحيزاً لصالح الشخصيات المتوافقة مع موقف الجزيرة وسياستها.

يرى (43٪) أن المعايير التي تستخدمها الجزيرة في تحديد نوعية الأسئلة وطرق طرحها في هذه المقابلات والبرامج الحوارية تختلف من معد أو أو مقدم إلى آخر، مقابل (37.2٪) يرون أن هناك تحيزاً ومحاباة في نوعية وطريقة صياغة الأسئلة وأساليب طرحها حسب موقف الشخصية من موقف الجزيرة من الأزمة.

يرى (64٪) أن طبيعة الحوار في هذه المقابلات والبرامج الحوارية تتوقف على المعد أو المقدم، مقابل (22.1٪) يرون أن الحوار المستخدم انفعالي واستفزازي.

يرى (32.6٪) أن التفاعلية في هذه المقابلات والبرامج مفبركة، مقابل (4.7٪) يرونها حقيقية.

يرى (37.2٪) أن دور التقارير الإخبارية المكتبية والميدانية التي تتضمنها هذه المقابلات والبرامج هو تقديم رؤية متحيزة متناسبة مع موقف الجزيرة.

يرى (36٪) أن دور المادة المصورة في المقابلات والبرامج هو دعم موقف الجزيرة المحدد المسبق من الأزمة.

يرى (59.3٪) أن تقنيات التصوير المستخدمة في هذه المقابلات والبرامج تحددها اعتبارات ومتطلبات موقف الجزيرة وسياستها.

يرى (52.3٪) أن أسلوب الإخراج المستخدم في هذه المقابلات والبرامج تحدده اعتبارات ومتطلبات تلوين هذه البرامج لتتناسب مع موقف الجزيرة وسياستها.

4- تقييمات وأحكام عامة:

يرى (41.9٪) من المبحوثين أن الجزيرة تلتزم في تغطيتها الإخبارية للأزمة السورية بالمعايير المهنية والاحترافية إلى حدٍ ما، ويرى (30.2٪) أنها لا تلتزم إطلاقاً بهذه المعايير.

يرى (46.5٪) من المبحوثين أن تغطية الجزيرة للأزمة السورية خفضَّت مستوى الممارسة الإعلامية الإخبارية العربية، مقابل (8.1٪) يرون أنها رفعت مستوى هذه الممارسة.

يرى (69.8٪) من المبحوثين أن تغطية الجزيرة للأزمة السورية عزَّزَت تبعيتها للحكومة القطرية.

برى (75.6٪) من المبحوثين أن هدف الجزيرة من التغطية الإخبارية للأزمة السورية هو إقامة دولة إسلامية في سورية.

يرى (48.8٪) من المبحوثين أن الجزيرة تخدم في تغطيتها للأزمة السورية القوى الدينية وخاصة الأخوان المسلمين، مقابل(1.2٪) يرون أنها تخدم الشعب السوري.

يرى (45.3٪) من المبحوثين أن موقف الجزيرة من الأزمة السورية هو أن الجزيرة تعد نفسها طرفاً من أطراف الصراع، و(39.5٪) يرون أن موقف الجزيرة موقف متحيز.

يعارض تغطية الجزيرة للأزمة السورية (75.5٪) من المبحوثين (30.2٪) معارض بشدة، و45.3٪ معارض إلى حد ما)، مقابل (15.٪) موافق (7٪)موافق بشدة، و1.8٪ موافق إلى حد ما)، و3.9٪ محايد.

النتائج العامة حسب متغيري الاختصاص والاتجاه:

- بالرغم من وجود تداخلات وتشابكات في تحديد المواقف، فإن المعطيات الإحصائية تشير إلى أن المبحوثين الذين ينتمون إلى الاتجاه الديني هم نسبياً أقل انتقاداً لتغطية الجزيرة الإخبارية للأزمة السورية، وبالتالي، فإن تقييمهم نسبياً أكثر إيجابية من الاتجاهات الأخرى. ويليه الاتجاه الليبرالي. أما الاتجاهان القومي واليساري فقد أظهرا موقفاً أكثر انتقاداً ومعارضة للجوانب المختلفة لتغطية الجزيرة للأزمة السورية. الأمر الذي يعكس بدوره اختلاط السياسي- الفكري بالإعلامي.

- أظهرت الدراسات مؤشرات متفاوتة القوة مفادها أن المبحوثين من اختصاص الإذاعة والتلفزيون وتقنيات الاتصال، أكثر انتقاداً ومعارضة للجوانب الحرفية من تغطية الجزيرة للأزمة السورية، بينما اختصاصات الإعلام والصحافة والدعاية والعلاقات العامة أكثر انتقاداً للجوانب الفكرية والقيمية والسياسية من هذه التغطية.

ملاحظات على النتائج العامة:

1- تتفق هذه النتائج مع معظم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، وخاصة ما يتعلق بتبعية الجزيرة للحكومة القطرية، وعدم التزامها بالمعايير المهنية في التغطية الإخبارية، واستخدامها طرقاً وأساليب مختلفة لتلون التغطية الإخبارية لتتناسب مع موقف الجزيرة المسبق والمحدد من الأزمة، والذي هو موقف الحكومة القطرية، التي تعتبر نفسها، والجزيرة أيضاً، طرفاً من أطراف الأزمة.

2- كما تتفق نتائج الدراسة مع دراسات كثيرة سابقة أكدت الطابع المسيس للإعلام العربي، وأن المؤسسات الإعلامية العربية، بغض النظر عن نمط ملكيتها، فإنها حقيقة تخدم أهداف "كفيلها"، على حد تعبير أحد الباحثين العرب، سواء أكان هذا الكفيل دولة أو حزباً أو شركة أو شخصاً. الأمر الذي يؤكد ظاهرة شديدة الأهمية، وتحتاج إلى دراسات معمقة لاحقة، وهي ضرورة التفكير في إعادة تحديد مضامين إعلامية كثيرة ومنها مفهوم "الإعلام الرسمي"، بعد أن أظهرت الكثير من الدراسات، وأكدت الكثير من الممارسات أن صفة "الرسمية" التي انحصرت في الأدبيات العربية بالإعلامي الحكومي، قد بات ضرورياً توسيعها لتشمل الإعلام "الخاص"، وبالتالي، فإن شرط "الملكية" لم يعد كافياً لتحديد هوية المؤسسة الإعلامية.

3- تتفق نتائج هذه الدراسة وتتوافق مع نتائج الكثير من الدراسات السابقة التي أظهرت أن الجزيرة في تغطيتها الإخبارية السورية تمثل رأياً واحداً، وتقدم نمطاً من "الإعلام الرسمي"، الذي يزعم أنه الوحيد الذي يملك الحقيقة.

4- تتفق نتائج الدراسة مع فروض نظرية التأطير الإعلامي ومعطياتها، وخاصة ما يتعلق بتأكيد النظرية على حقيقة أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على

مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها قي إطار يحددها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، لتحقيق أغراض معينة.

5 - حرص الباحث على تقديم المعطيات الإحصائية واستخلاص النتائج الكمية، وعرضها كما هي، أي دون تقديم تحليل نوعي-كيفي تستحقه هذه النتائج وتتطلبه.

6- يأمل الباحث أن تكون هذه النتائج أساساً أو منطلقاً لدراسات نوعية-كيفية لاحقة.

مراجع البحث الثالث

أولاً: العربية

د/ محمد حسام الدين إسماعيل(2008) " الصورة والجسد". بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

صباح حراحشة (2013)، " تحليل خطاب الجزيرة نحو أحداث "الربيع العربي" في سورية- برنامج الاتجاه المعاكس نموذجاً". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

الفضائيات العربية ومعطيات العصر (2005) (أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاتصال). القاهرة، الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.

د/ رابح صادق(2004)، " الإعلام والتكنولوجيا الحديثة". العين، دار الكتاب الجامعي،

د/ محمدعبد الحميد (2000)." البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"،عالم الكتب، القاهرة.

د/ سليم عبد النبي (2010)، " الإعلام التلفزيوني" ، عمان، دار أسامة.

ديفلير ميلفن . و ساندرا روكيتش (1999)، " نظريات وسائل الإعلام". ترجمة كمال عبد الرؤوف. القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

كارول ريتش (2006)، " كتابة الأخبار والتقارير الصحفية" ، ترجمة د. عبد الستار جواد، غزة، دار الكتاب الجامعي.

د/ حسن عماد مكاوي، ود/ ليلى السيد(1998)، " الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة، الدار المصرية للكتاب.

د/ حسن عماد مكاوي(2004)، " الإعلام والأزمات". القاهرة، الدار المصرية للكتاب،.

"العرب والإعلام الفضائي" (2004). بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتاب المستقبل العربي، ندوة بيروت.

د/ حنان يوسف(2009)، " الإعلام والسياسة". القاهرة،المنظمة العربية للتعاون الدولي.

بحوث ودراسات:

خالد صلاح الدين، "اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع"- المؤتمر العلمي السنوي العاشر، الإعلام المعاصر والهوية العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.

د. عادل عبد الغفار، " تقويم الأداء للقنوات الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة المصرية" ، 2005.

د. ليلي السيد، " استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية" ، 2005.

المراجع الأجنبية

David.l. Athide, "Creating Reality . How TV News Distorts Events?", Sage Publication, Beverly Hills, London,1974.

El-nawawy.,&Iskandar,A. (2003). Al-Jazeera: the Story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism. Cambridge: MA.

Fandy,M.(2007). (Un)Civil War of Words: Media and politics in the Arab World. Prager Security International.

Miles, Hugh. (2005)-AL-Jazeera: The inside Story of the Arab News Channel that is challenging the West. New York, Grover Press.

Mahroum, M. (2011). Journalists of today and Tomorrow in Jordan: How they assess Al-Jazeera's Coverge of the events of the Arab Spring on the year 2011, (Unpublished Master's thesis)

Melhim, H. (2005). Arab Media, Power and Influence. Woodrow Wilson School. United States of America.

Shook.F. (2005). Television Field Production and Reporting. Pearson, Colorado State University.

Zayani, M. (2006). Arab Public opinion in the age of satellite television: The case of al-jazeera. In E. Poole, & J.E, & J.E. Richardson (Eds.), Muslim and the news media. New York: I.B.Tauris.

Zayani, M. (2005). The Al Jazeera Phenomenon: critical Perspectives on New Arab Media. London: Pluto press.

محكمو الاستبانة

الأساتذة: ا.د. عصام الموسى (جامعة اليرموك-الأردن)، و ا.د. عطا الله الرمحين (جامعة دمشق)، و ا.د. حميدة سميسم _جامعة الشرق الأوسط-عمان)، الأستاذة المشاركة بارعة شقير (جامعة دمشق)، الأستاذ المساعد صباح ياسين (جامعة الشرق الأوسط-عمان).

4

البحث الرابع

دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام

حول الثورات العربية

في تونس - مصر-- اليمن - ليبيا- سوريا

أ. د. أشرف جلال

قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم

جامعة قطر

ملخص:

سعت هذه الدراسة للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود والتأثير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام العربي نحو الثورات العربية ؟وتأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء زيادة الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في التأثير على الرأي العام حول مختلف الموضوعات، واهتمام قادة الحكومات بإنشاء حسابات لهم علي الشبكات للتواصل مع الأفراد، وسهولة الوصول و الاشتراك في الشبكات الاجتماعية سواء في المجموعات القائمة وإنشاء مجموعات جديدة دونما قيد أو شرط مما يؤدي إلي تشكيل مجموعات رأي نوعية في قضايا وموضوعات محددة حالة التجانس الكبيرة التي تخلقها الشبكات الاجتماعية والتي تسمح بسرعة وسهولة تكوين رأي عام نوعي في قضايا محددة واعتمدت الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على النموذج الوظيفي للشبكات الاجتماعية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي المقارن بين مجموعات من دول عربية مختلفة حيث تم استخدامه لإجراء مقارنات كمية وكيفية من خلال عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها 500 مفردة، وتم الاعتماد على استمارة استقصاء مقننة تضمنت عدداً من الأسئلة الرئيسية والمقاييس التي تغطى أهداف وأبعاد الدراسة.

توصلت الدراسة إلى ان هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين أراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي المشارك وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، كما ان هناك تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة سواء كانت خاصة او حكومية، وثبت وجود أثر للنوع والجنسية في استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية والاعتماد عليه في تكوين أرائهم في حين لم يثبت وجود فروق ترجع للسن أو التعليم، كما ثبت وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة، وثبت وجود علاقة بين الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية، وظهر وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي اعتمدوا عليها في تكوين أرائهم عن الثورات العربية.

البحث الرابع

دور الشبكات الاجتماعية

في تكوين الرأي العام حول الثورات العربية

في تونس - مصر- اليمن - ليبيا- سوريا

مقدمة

إذا كان ظهور الإنترنت بمثابة ثورة غير مسبوقة في مجال وسائل الاتصال بما أتاحته من حرية وسهولة وسرعة وإتاحة على مدار الساعة بما قدمته من خدمات متعددة ومتباينة من مواقع ومنتديات وتصفح وغرف دردشة ومجموعات إخبارية وبريد الكتروني ضخم المساحة، فإن ظهور الشبكات الاجتماعية يعد ثورة في مجال نفس الوسيلة حيث أدى إلى زيادة وتعاظم دور الشبكة باعتبارها وسيلة حرة للتعبير والتفاعل والتواصل بل وحشد الرأي العام وتكوين مجموعات للضغط على الأنظمة الاجتماعية والسياسية الأمر الذي أدى إلى نمو غير مسبوق في إعداد الشبكات الاجتماعية وكذلك في أعداد مرتادي هذه الشبكات.

ففي آخر استطلاع أجرته شركة In Site Consulting عام 2011 بلغ عدد مستخدمي الانترنت 2 مليار منهم 940 مليون يستخدمون المواقع الاجتماعية منهم 72٪ يتواجدون في أكثر من موقع اجتماعي وبلغت نسبة الاستخدام 95٪ من إجمالي مستخدمي الشبكة، ويحتل الفيس بوك 51٪ ثم ماي سباس 20٪ وتويتر 17٪، وكثير من مستخدمي المواقع يسجلون دخول مرتين يوميا إلي اقل معدل 9 مرات شهريا و14 ٪ يسجلون دون عمل أي شيء آخر و26٪ يقومن بالكتابة في كل مرة يدخلون للموقع، ويبلغ متوسط عدد الأصدقاء للشخص الواحد 195 وفي أمريكا الجنوبية 360 وفي البرتغال 236 وفي أمريكا 200 صديق.

(http://www.teac-wd.com/wd2010/03/27social network- numbers,retrieved December,25,2011)

فهناك ما يقرب من 107 تريليون بريد الكتروني تم إرساله عام 2010 بمعدل يومي 294 مليار رسالة لإجمالي 1.88 مليار مستخدم لحوالي 250مليون موقع وبإضافة سنوية تشمل 21 مليون موقع 2010، وهناك أكثر من 150 مليون مدونة و25 مليار تحديث لتويتر و100 مليون حساب جديد في نهاية 2010 بينما وصل عدد مستخدمي الفيس بوك في نفس العام 600 مليون مشترك منهم فقط 250 مليون عام 2010 حيث تمت إضافة 20 مليون تطبيق على الفيس بوك وهناك 2 مليار مشاهد لمقاطع اليوتيوب يوميا حيث يرفع لموقع اليوتيوب 35 ساعة بإجمالي 2 مليار شهريا للمشاهدة و20 مليون للتحميل.

(http://www.teac-wd.com/wd2011/01/15- internet 2010 in numbers,retrieved November,22,2011)

وقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت العرب 70 مليون مستخدم وتعد المنطقة العربية الخامسة في استخدام الشبكات ووسائل الإعلام الاجتماعية بنسبة نمو بلغت 2500٪ في السنوات العشر الأخيرة طبقا لإحصائيات Arab Discover Digital وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك 9 مليون مستخدم في مصر و 4.5 في السعودية و4 مليون في المغرب ويزداد عدد المستخدمين في مصر كل 3 شهور بمعدل 4.42 ٪ وجاءت ليبيا في المقدمة من حيث نسب الزيادة في مستخدمي الفيس بوك في الربع الثاني من2011 بنسبة 88.5٪ تليها قطر 44.5٪ والعراق 10.5٪.

(http://www.teac-wd.com/wd20111/07facebook.infographic,retrieved November,20,2011)

ففي المجتمع العربي زاد انتشار استخدام الفيس بوك بمعدل أسرع في الربيع العربي بنسبة 29٪ حتى وصل عدد المستخدمين في 5 ابريل إلي 27.711.503 مستخدم بعد أن كان 21.377.282 في 5 يناير 2011، وبلغ عدد المستخدمين في أكتوبر 2011 32.273.580 فرد من أصل 273.540.000. (المشاط، 2011: 2)

وتلعب الشبكات الاجتماعية دوراً هاماً ومتزايداً يعزز منه اهتزاز ثقة المواطن العربيفي مختلف الأنظمة الإعلامية التي تخضع لضغوط سياسية واجتماعية متعددة وبالتالي جاءت الإنترنت عامة والشبكات الاجتماعية خاصة ليشكل طفرة تحررية نوعية تضاف للتحول الذي أحدثته الفضائيات في العشرين سنة الأخيرة، فقد بدأ مفهوم المقاومة والنضال الالكتروني يتشكل ويمتد ليأخذ مؤخرا مفهوما عمليا جديدا

تحولت بفضله المجتمعات إلي كيانات معلوماتية وتحول الأفراد إلي متلقين ايجابيين يختارون ويتصفحون ويشاركون وينتقدون ويقومون ليس فقط بالتأثير في وسائل الإعلام ولكن بصنع وسائلهم الخاصة عبر المواقع والمنتديات والمدونات وانطلقت القدرات الفردية بمبادرات بدأت شخصية ثم سرعان ما تحولت إلي جماعية ومجتمعية مكتسبة دعم جماهيري وشعبي اعتمادا على الثقافة الشفهية من ناحية، وسرعة التنظيم والمرونة العالية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة من ناحية أخرى، فقد أكد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي (Civil movements, Dubai school of government,2011) أن الفيس بوك كان أداة فعالة لنواة من الناشطين الذين نجحوا فيما بعد في حشد جماعات وشبكات أوسع تتسم بقوة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية فيما بينها وأكد التقرير من خلال الدراسة التي تمت على المستخدمين أن الفيس بوك استخدم في الربع الأول من عام 2011 لرفع الوعي في بلدانهم بمعدل 31٪ مي مصر وتونس، وكذلك نشر المعلومات للعالم بشأن الحركات الاحتجاجية بنسبة 32٪ في تونس و24٪ في مصر ثم التنسيق بين الناشطين بنسبة 22٪ في تونس و30٪ في مصر وبالتالي لعب الفيس بوك دورا مهما من خلال مشاركة فئة – وان كانت قليلة- معينة لصالح فئات أخرى اكبر حيث حشد قادة الرأي في مصر وتونس باقي أفراد الجمهور واستطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دور الإعلام البديل بنجاح وكان دورها بارزا في دعم حركات التحرر العربية من خلال توفيرها لوسائل سهلة سريعة آمنة من أجل التبادل الحر للمعلومات والآراء.

وهنا يثور التساؤل عن طبيعة ومدى السرعة والقوة التي توافدت بها تلك الحشود على الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت وتكمن الإجابة في الحرية المطلقة التي أتاحها الواقع الافتراضي والفضاء الالكتروني بمواقعه وشبكاته الاجتماعية مما أدى لتشكيل الحركات الاجتماعية التي كانت تعيش واقعا سياسيا واجتماعيا وإعلاميا مأزوما، فانحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي جعل من الفضاء الالكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلى واقعا حقيقيا خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الالكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات.

مشكلة الدراسة وأهميتها

أثبتت الكثير من الدراسات أن استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص قد ساهم في إيقاظ الوعي العربي حيث سمحت الشبكات الاجتماعية لملايين من الأفراد –ولأول مرة– بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة تفوق بكثير الأبنيةوالأنظمة السياسية والاجتماعية والإعلامية التقليدية (Bogdan Szajkonski ,2011:420) فمع اختلاف الظروف التي قامت من اجلها ثورات الربيع العربي إلا أن القواسم المشتركة بينها يتصدرها الكبت والقمع السياسي والاقتصادي والاجتماعي والأمني وانتهاك أبسط حقوق الإنسان لمصلحة بقاء النظام فضلا عن الظروف الاقتصادية الصعبة التي تعيشها هذه الشعوب.

وبالتالي يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية استطاعت أن تترجم حالات السخط الشعبي والجماهيري على الأنظمة الحاكمة في شكل جماعات فئوية منظمة استطاعت استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل وتشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة وخلق رأي عام نوعي بدأ افتراضيا وتحول إلي حقيقيا ومن شكل الكتروني بين المتعلمين والمثقفين إلي شكل شعبي وجماهيري استقطب مزيدا من الاعتصامات والاحتجاجات الفئوية في تحالف للقوي والجماعات المقهورة سياسيا واجتماعيا وامنيا واقتصاديا واجتماعيا وأصبح لدي الغالبية العظمي قناعات بأنها لن تخسر أكثر مما خسرت.

وتصاعدت حدة المواجهات بين جموع شعبية تصر على المطالبة بحقوقها المشروعة وأنظمة استبدادية متعنتة ومتسلطة تصر على إنكار حقوق هذه الجموع الشعبية الحاشدة وتراها قلة مندسة بتبريرات واهية عن وجود قوي خارجية.

ومع مرور الوقت تبين زيف ادعاءاتها وان ثورات الربيع العربي ثورات شعبية حقيقية لن تنتهي إلا بتلبية متطلباتها ومن هنا استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعي هذه الجماهير واتجاهاتها نحو الثورات العربية بخلق رأي عام نوعي واعي بهذه الثورات ومن هنا تسعى هذه الدراسة للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود والتأثير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام العربي نحو الثورات العربية ؟وتأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء العوامل الآتية:

1- زيادة الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في التأثير على الرأي العام حول مختلف الموضوعات.
2- اهتمام قادة الحكومات بإنشاء حسابات لهم على الشبكات للتواصل مع الأفراد.
3- سهولة الاشتراك في الشبكات الاجتماعية سواء في المجموعات القائمة أوإنشاء مجموعات جديدة دونما قيد أو شرط مما يؤدي إلي تشكيل مجموعات رأي نوعية في قضايا وموضوعات محددة.
4- سهولة الوصول للشبكات الاجتماعية من خلال أي جهاز كمبيوتر أو بلاك بيري أو هاتف محمول حديث.
5- حالة التجانس الكبيرة التي تخلقها الشبكات الاجتماعية تسمح بسرعة وسهولة تكوين رأي عام نوعي في قضايا محددة

يعزز الاتصال الشخصي من أثر الشبكات الاجتماعية من خلال التفاعل الذي يحدث بين الأفراد في حياتهم اليومية تجاه بعض القضايا مثل محاربة الاستغلال التجاري ورفع الأسعار غير المبرر حيث قام المدونون السعوديون بحملة وين الباقي (http://www.bagee.org)

في إشارة لباقي الراتب الذي ذهب مع زيادة الأسعار وفشلت حملة إماراتية لاختيار ملكة جمال الإمارات بسبب جهود المدونين ونظمت مجلة الفرحة مسابقة ملكة جمال الأخلاق.

الهدف العام للدراسة

تفعيل دور الشبكات الاجتماعية كوسائل حديثة في إعادة صياغة وتشكيل الرأي العام في الأقطار العربية تجاه الثورات العربية لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا الهامة مستقبلاً بعد نجاح هذه الثورات.

الأهداف الفرعية للدراسة

تحديد حجم وطبيعة التعرض والاستخدام للشبكات الاجتماعية مع قياس مستوى الاهتمام والانتظام في عملية التعرض والاستخدام.

- تحديد اتجاهات الرأي العام نحو الثورات العربية في البلدان موضع الدراسة.
- قياس العوامل المؤثرة في دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام سواء كانت عوامل متعلقة بطبيعة التعرض أو استخدامالشبكاتأو كانت متعلقة بطبيعة الجمهور وخصائصه الديموغرافية.
- التعرف على مستويات تأثير الشبكات الاجتماعيةفي تشكيل الرأي العام بمعنى هل تقتصر على خلق رأي عام مؤيد أمتعداه لمرحلة سلوكية يتحول فيها الرأي إلى سلوك فعلى.
- قياس الفروق النسبية في أثر الشبكات الاجتماعية على تشكيل الرأي العام في إطار الجنسية والسن والتعليم والنوع و الدور الذي يلعبه الفرد.
- قياس أثر المتغيرات الوسيطة في تشكيل الرأي العام لدى أفراد الجمهور المستهدف

الدراسات السابقة :

1- دراسة (YousraAllam,2011)

اتجهت الدراسة لرصد وتحليل دور الشبكات الاجتماعية في الثورة المصرية وأكدت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية كانت الشرارة الأولى التي أشعلت الثورة المصرية التي كانت ستحدث بشكل أو بأخر سواء من خلال الهاتف الأرضيأو المحمول لكن الشبكات الاجتماعية ساهمت في الإسراع بهذه الثورة من جانب وأدتإلي دقة تنظيمها من جانب آخر بدليل أن الحكومة المصرية لجأت لقطع الانترنت والاتصالات خمسة أيام بعد أنأدركت قوة وفاعلية الشبكات الاجتماعية في تنظيم حركة الثوار، وأكدت الدراسة التي أجريت على المصريين من مختلف الشرائح والفئات الاجتماعية أنأكثر من 92٪ يستخدمون الفيس بوك و8٪ اليوتيوب ويستخدم 50٪ من المصريين الشبكات لأكثر من 11 ساعة أسبوعيا مقابل 50٪ يستخدمونها لأقل من 3 ساعات وأكد 89٪ من أفراد العينة أن الفيس بوك ينشر المعلومات بشكل أسرع ويليه تويتر ويوتيوب الذي جاء كأكثر الوسائل مصداقية بنسبة 30٪ يليه الفيس بوك 12٪ ثم تويتر 8٪، وأكدت الدراسة الدور الكبير للشبكات الاجتماعية ليس فقط في الجانب الثوري وإنما في تغيير الدور التقليدي للمرأة - التي حصلت في انتخابات عام 2005 على أربع مقاعد فقط - وحفزها للمشاركة السياسية الفاعلة حيث تواجدت بمختلف شرائحها إلي جانب الرجل في ميدان التحرير وفي الفضاء الالكتروني.

وأكدت الدراسة الدور الكبير الذي قامت به الشبكات الاجتماعية ليس فقط فيوقت الثورة وانما في المناصرة والمؤازرة الاجتماعية فبعد الثورة تكونت مجموعات خاصة من مختلف الفئات وخاصة الشباب لقيام بحملات لتنظيف مصر وأزالوا مخلفات الثورة، وكذلك حملات آخري لتحسين اقتصاد مصر مما يدل على دور الشبكات الاجتماعية في التطور الاجتماعي والحضاري بمصر والذي أعقب الثورة، وأكدت الدراسة ان الرصد والتقييم الحقيقي لدور الشبكات الاجتماعية يجب الا يتوقف عند حدود الجانب السياسي لها في حشد وتنظيم الجمهور بل يجب ان يمتد الي ما قامت به من تشكيل للوعي الاجتماعي والمساهمة في تغيير الاتجاهات والسلوكيات على المستوي الفردي و الاجتماعي والمجتمعي بشكل مؤثر.

2- دراسة (Karin Knessil,2011)

اتجهت الدراسة الي اجراء تحليل للظروف والعوامل والسياقات الاجتماعية التي دفعت بالشعوب العربية الي الثورة الظاهرة في بعض البلدان والكامنة في بلدان آخري وركزت الدراسة على خير إحراق البوعزيزي لنفسه والذي لم يذاع الا في قناة الجزيرة ثم سرعان ما تناقلته وسائل الإعلامالأخرى التي أكدت على رمزية هذا الخبر الذي صار مقدمة للثورة التونسية وساهم في ان تكون أخبار الاعتراضات والاحتجاجات الفردية والجماعية بمثابة مقدمة لثورات اخري كما حدث في مصر وليبيا، فعوامل الغضب والكبت والإحباط كانت موجودة منذ زمن طويل وجاءت الشبكات الاجتماعية لتساهم في تنظيم الجماهير لحركتهاوتداول المعلومات فيما بينها حيث ادي تبادل المعلومات والصور والرسوم ومقاطع الفيديو على اليوتيوب والتي توضح التعذيب وانتهاكات حقوق الإنسان ورصد منظمات المجتمع المدني المحلية والدولية لانتهاكات حقوق الإنسان ونشاط حركة التدوين السياسي والاجتماعي، وطرحت الدراسة أسباب الثورات العربية في طلب الحياة الكريمة من جانب المتظاهرين والمتمثلة في الحياة الكريمة والحرية والعدالة الاجتماعية وهي ظروف وسياقات مماثلة لما حدث في أوربا الشرقية في رومانيا عام 1989 حين أطاحت الثورة الشعبية بالرئيس الرومانيثم حدث تأثير متتالي للثورات في باقي بلدان أوربا الشرقية، وتتكرر نفس الظروف في العالم العربي وتساهم الشبكات الاجتماعية في فيإعادة رسم الخريطة السياسية في العالم العربي وقسمت الدراسة خريطة العالم العربي لخمس فئات كما يلي :

1. دول شهدت الثورات واستقرت كتونس

2. دول شهدت الثورات ولم تستقر كمصر وليبيا

3. دول شهدت احتجاجات واسعة النطاق كسوريا والبحرين واليمن

4. دول شهدت احتجاجات كبيرة كالجزائر والعراق والمغرب وعمان والأردن

5. دول شهدت احتجاجات بسيطة مثل الكويت ولبنان وموريتانيا والسعودية والسودان، وأكدت الدراسة أن هذه الخارطة لم تكن لتحدث لولا الشبكات الاجتماعية والمدونات والمنتديات التي أتاحت ملايين الوثائق والصور والأفلام التي فضحت الأنظمة الاستبدادية وشجعت قليلي الاهتمام بالشأن العام على الشعور بأن تلك اللحظات تاريخية ويجب عليهم المشاركة بعد أن شكلت وجدانهم وآرائهم.

3- دراسة (Tamara Chahayeb,2011)

تعد هذه الدراسة جزءا من مشروع كبير سمي (تأثير الفراشة) التي تنتقل من مكان لأخر في إشارة لانتقال الثورة العربية في سياقات اجتماعية متعددة وأشارت الدراسة لأهمية وثائق ويكليكس- التي انتشرت عبر الشبكات الاجتماعية - التي كشفت عن تواطؤ بعض القادة العرب وكشفت عن حجم الفساد في العديد من الدول كتونس ومصر والتي تزامنت مع الظروف الاقتصادية والأمنية الصعبة التي تعيشها هذه الشعوب والتي ترجمت في احتجاجات وإضرابات واعتصامات حتى انطلقت الشرارة الأولي في تونس فأثرت على مصر التي أثرت على ليبيا وسوريا واليمن ومرشحة للتأثير على دول عربية أخرى.

وأكدت الدراسة ان الأحداث التي سبقت الثورات العربية وخاصة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية السيئة قد ساهمت في حالة السخط العام مدعومة ببعض الكتابات والأعمال الفنية كما حدث في عمارة يعقوبيان التي انتقد فيها الكاتب الأسواني النظام السياسي والاجتماعي، وأكدت الدراسة دعم الولايات المتحدة للثورات العربية وكان من نتيجة ذلك زيادة الدعم المخصص للحوكمة والديمقراطية في مصر من 5.3 مليون عام 2005 الي 55 مليون عام 2008 وأكدت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية تعد محورا مركزيا في طبيعة الاتصالات والتفاعلات بين مختلف الأفراد سواء كانوا نشيطين او غير نشيطين سياسيا واجتماعيا.

4- دراسة (Markus Sabadello,2011)

ركزت هذه الدراسة على الدور الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل أراء واتجاهات الجماهير العربية وانطلقت من قول ناشط مصري كتب على الفيس بوك " إذا كانت حكومتك قد قطعت اتصالك بالانترنت فيجب عليك أن تقطع اتصالك بها وتلغي هذه الحكومة وتأتي بغيرها، وإذا كانت حكومتك منعتك من التجمع والتظاهر في الشوارع والميادين فلك كل الحق أن تتظاهر في الميادين والفضاءات الالكترونية"وأكدت الدراسة نجاح الشبكات الاجتماعية في تكوين وعي الطليعة المثقفة التي بدورها نقلت هذا الوعي لباقي المجموعات المهيأة للثورة باستخدام الاتصال الشفهي، وحددت الدراسة أهمالأدوار التي قامت بها الشبكات الاجتماعية في:

1- التحول الفردي من خلال التأثير على آراء ومعتقدات الأفراد واتجاهاتهم السياسية.

2- تقريب العلاقات البينية بين الجماعات المختلفة من خلال بث الأفكار المشتركة والتعقيب عليها وتكوين مجموعات شبه متجانسة من خلال صفحات ومجموعات ومنتديات خاصة بهم.

3- العمل الجماعي حيث استخدمت الشبكات في تنظيم خروج المسيرات والمظاهرات بطريقة سهلة منظمة حتى مع قيام الحومة بحظر الانترنت حيث تم الوصول للفيسبوك بطرق أخرى فرضتها الظروف السياسية والأمنية.

4- وضع سياسات تنظيمية للقوي المختلفة تضمنت الدعاية والدعاية المضادة والرد على أي محاولات لاختراق الثوار.

5- جذب الانتباه الخارجي من خلال نشر أخبار وأهداف هذه الحركات والتجمعات وإرسالأو تسريب وثائق وصور وفيديو لأحداث الثورة وخاصة مع إعلان الجزيرة ترحيبها باستقبال هذه المواد ونشرها حتى مع ضعف جودتها الفنية.

ففي تونس استخدم الفيس بوك واليوتيوب لنشر صور الاضطرابات وأحداث الشغب وحرق البوعزيزي لنفسه والاضطرابات الناتجة عن البطالة والفساد مثلما حدث بمصرعلى الفيس بوك من خلال صفحة (كلنا خالد سعيد) لرفع وعي الجمهور المصري.

5- دراسة (Desiree Simonetti,2011)

ركزت الدراسة على الدور الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تغيير الرأي العام عن المرأة العربية التي وصفت قبل الثورة بأنها أمية سلبية تابعة وخاضعة للرجل لا تقوم بأي دور اجتماعي أو سياسي وينحصر دورها في التربية وإمتاع الرجل ولكن أثبتت هذه المرأةفي الثورة أنها مشاركة ونشطة وفعالة وقادرة على تغيير الواقع بمشاركتها سواء في الواقع الالكتروني من خلال الشبكات أو في الواقع الحقيقي بتواجدها في مختلف ميادين الثورة بمختلف فئاتها سواء كانت بنت أو ابنة أوأمأوأختأو زوجة وهذا يعد انتصار حقيقي للمرأة العربية في صراعها لنيل حقوقها من الرجل والمجتمعوأكدت الدراسة ان الثورة قد ساهمت في تغيير الصورة التقليدية للمرأة الي صورة أخرى تؤكد انها امرأة شجاعة - حرة - تقدمية - نشطة - متعلمة - مثقفة- واعية بحقوقها وقدمت الدراسة نماذج من الأدوار التي لعبتها المرأة في الثورات المختلفة.

ففي تونس ورغم حصول المرأة التونسية على بعض المكتسبات الا انها سوف تتعاظم وتتزايد بعد الثورة، وفي مصر شاركت المرأة الي جانب الرجل في الاعتصامات وقادت ما يقرب من 3000 اعتصام واحتجاج فئوي وعام وبرزت أسماء نساء مصريات في هذه الاعتصامات بل وترشحت امرأة لرئاسة الجمهورية وأكدت الدراسة ان المكتسبات الاجتماعية للثورة ستتوالى وكلها تحققت وستتحقق بفضل الشبكات الاجتماعية.

6- دراسة (Jeffry Ghannam,2011)

تناولت الدراسة عددا من المؤشرات الدالة على تزايد دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام منها اهتمام شركة جوجل بالمنطقة العربية التي سيصل استخدامها للشبكات الاجتماعية 100 مليون عام 2015، وأكدت الدراسة رغم وجود 45 فرد في إدارة لمتابعة الفيس بوك في مصر فقد وصل عدد المستخدمين أثناء الثورة إلي 5 مليون ووصل عدد تحميلات الفيديو على اليوتيوب إلي 24 ساعة كل دقيقة في تجربة جديدة لاختزال الزمن في وقت عصيب ووصل عدد التعقيبات على التويتر وبعض المدونات إلي 25 ألفوأثبتت الشبكات الاجتماعية دورها الهام في

القيام بمهام الرقيب الاجتماعي والسياسي وزاد اعتماد الأفراد على هذه الوسائل الحرة المرنة في تكوين أراءهم واتجاهاتهم.

وأكدت الدراسة انه رغم وجود ادارة بها 45 شخص خصصتهم وزارة الداخلية لمستخدمي الفيس وك فان عدد المستخدمين وصل الي 5 مليون مستخدم من إجمالي 17 مليون مستخدم في المنطقة العربية، ووصل عدد تحميلات الفيديو على اليوتيوب 24 ساعة كل دقيقة ووصل بعض التعقيبات او التغريدات على تويتر لأكثر من 25 الف تغريده بل وظهرت شبكات اجتماعية عربية مثل لبنان الان NOW LEBANON .COM، وأخبار عمون AMMON NEWSCOM التي تعرض الاخبار والموضوعات المصورة والفيديو وهذه المواقع هي التي اجتذبت الشباب، وكنتيجة لهذا التطور اصدر تويتر صفحته العربية.

7- دراسة جوردون ستابلز (Gordon Stables,2011)

حاولت الدراسة التركيز على دور السياسة الخارجية الأمريكية التي تفاجئت بثورة الشعوب العربية ووجدت نفسها امام موقف شائك فهي من ناحية تدعم انظمة استبدادية تحقق للولايات المتحدة مصالحها الخاصة فيما يتعلق بسياساتها الخارجية، ومن ناحية اخري فهي تدعم الثورات العربية الوليدة وتتخلي عن الانظمة التي ساندتها ليس فقط بمنطق براجماتي نفعي وانما بحكم انتهاء مصالحها مع الانظمة التقليدية، غير انه من جانب اخر لم تتوقع الولايات المتحدة وصول الإسلاميين للحكم كما هو الحال في مصر وتونس فأصبح عليها ان تعيد صياغة سياستها الخارجية وعلاقاتها التوازني حفاظا على مصالحها ومكتسباتها ورغبة في فتح صفحة جديدة مع العالم الاسلامي حسب خطاب اوباما في القاهرة عام 2009، وأكدت الدراسة ان الدور الذي لعبته الخارجية الأمريكية في دعم المجتمع المدني - وهي نفس السياسة التي بدأها بوش في العراق واستكملتها إدارة أوباما - غير أنها لم تكن تهدف لتغيير الانظمة الحاكمة بحكم استفادتها منها وانما كانت تهدف الي إضفاء واجهة ديمقراطية على صورة الولايات المتحدة من جانب وزعزعة الاستقرار والامن الداخلي من جانب آخر، وأكدت الدراسة ان الاسئلة التي تطرح نفسها بقوة هي ليس ما اذا كانت الولايات المتحدة ستستمر في مساعدة دول الربيع

العربي لأنها ليس أمامها إلا ان تساعدها وانما السؤال عن حجم وطبيعة هذه المساعدات، وكذلك تحديد اولويات الدول التي ستقوم الولايات المتحدة بمساعدتها او على الاقل تدخل في نطاق اهتماماتها وحددت الدراسة هذه الدول في ثلاث فئات كما يلي :

- الدول الاولي بالاهتمام والتي شهدت او تشهد تطورات سياسيةوهي مصر وتونس وسوريا وليبيا واليمن والبحرين والاردن وعمان
- الدول التي يمكن ان تحدث فيها تطورات مستقبلية وهي لبنانوالسودان والكويت والمغرب والجزائر وموريتانيا
- الدول الاقل احتمالا لحدوث تغيرات سياسية وهيايران والعراق وفلسطين والسعودية.

8- دراسة اليكس كومينوز **(Alex Comminos,2011)**

حاولت الدراسة تقديم اطار موضوعي ووصف دقيق لثورة الفضاء الالكتروني التي استطاعت تغيير أنظمة استبدادية استمرت لأكثر من ثلاثين عاما واستعرضت الدراسة أهمية الوسائل الحديثة بدءا من استخدامه للإطاحة بجوزيف استرو الرئيس الفلبيني عبر شبكة الجوال ومن خلال الرسائل النصية القصيرة كما استخدم التويتر بعدها في عام 2009 في الاحتجاجات التي شهدتها مولدافيا وايران وأطلق المحللون على هذا الاستخدام ثورة التويتر غير ان الثورة الحقيقة في استخدام الفيس بوك وتويتر كانت في الثورة المصرية حيث تمثل المحتوى الذي يقوم المستخدم بصياغته ونقله وتحميله وارساله النسبة الغالبة من استخدام الانترنت في هذه المرحلة سواء كان هذا المحتوى يقدم على شكل اخبار أو صور او رسوم أو مدونات أو فيديو او غيرها، ورغم ان هناك دول يزيد فيها عدد مستخدمي الانترنت عن مصر وتونس الا ان الدراسة وجدت ان هناك علاقة ارتباطيه كبيرة بين الحراك الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية اثناء الثورة وبين حراك الشارعين المصري والتونسي ما شهداه من اعتصامات واضطرابات فئوية، وحسب التقرير الصادر من منظمة صحفيين بلا حدود فقد صنفت المنظمة أربع دول على أنها أعداء للأنترنت منها تونس وليبيا وسوريا وفي عام 2010 زاد العدد الي 12 دولة بإضافة مصر وخضعت دول أخرى إلى مفهوم تحت المراقبة.

وحددت الدراسة أن بعض الدول تخضع استخدام الانترنت لرقابة وحجب بعض المواقع كالبحرين والإمارات وقطر وعمان والسعودية والكويت واليمن والسودان وتونس بل انه بحكم القانون يجب على مقاهي الانترنت في تونس ان تراقب المستخدمين وتأخذ صور من هوياتهم قبل استخدام الانترنت، وأكدت ان الدور الأكبر للفيسبوك وتويتر يتمثل في إضراب 25 يناير الذي استقطب أعدادا كبيرة في فترة زمنية وجيزة، وتؤكد الدراسة ان السبق والذكاء في الاستخدام هو الذي حسم المعركة لصالح الثوار.

9- دراسة جامعة واشنطن 2011 : (http://www.alsaanews.com 2011, retrieved/15/09/)

أجريت الدراسة تحت إشراف فيليب هوارد أستاذ الاتصالات بجامعة واشنطن لتحديد طبيعة وحجم الدور الذي لعبته الشبكات الاجتماعية في الثورات العربية من خلال تحليل تعليقات الجمهور على الفيس بوك وتويتر وكذلك شرائط الفيديو على موقعي اليوتيوب وجيجا بايت ووجدت الدراسة ان الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص قد لعبت دورا كبيرا في الثورات العربية فمثلا ارتفعت التعليقات على تويتر من 2300 تعليق في اليوم الواحد الي 230000 مما يعكس الإقبال الكبير على التعليق والمشاركة الفاعلة وهو ما دعي الحكومة المصرية الي لقطع الانترنت بعدما ظهر تأثيرها الكبير على اجتذاب مزيدا من الثوار والمؤيدين لهم، وأكدت الدراسة ان هذه المشاركات قد غيرت من مفهوم الشباب العربي لوسائل التواصل الاجتماعي التي كانت تقتصر على الترفيه والمحادثة، حيث ذكرت الدراسة الي اجراها موقع بيت دوت كوم ان السبب الرئيسي لاستخدام الانترنت في المنطقة العربية يرجع الي المشاركة في الانشطة الاجتماعية بمعدل يصل الي ثلاث ساعات يوما حيث يستخدم 67٪ من افراد العينة التي اجريت عليها الدراسة الشبكة في التواصل الاجتماعي، ولذلك فان عادات الاستخدام قد اختلفت بعد الثورات العربية حيث استطاعت هذه الثورات خلق وإضافة استخدامات جديدة للشبكة. (http://www.alsaanews.com 2011,retrieved/15/09/2011)

10- دراسة سارة ويليامز (Sara Williams,2011)

استعرضت الباحثة في هذه الدراسة اهم الشبكات الاجتماعية الاكثر استخداما

في العالم العربي والشرق الأوسط وحددتها في الفيس بوك والتويترواليوتيوب ماي سبـاس ولنكدن والفليكر والويكي و الديجي والمدونات Face book- Twitter- Youtbe- My Space- Linkdn- Flicker- Wiki - Digg and Blogs وقمت برصد اهم استخدامات هذه الشبكات في دول الشرق الاوسط ووجدت ان مصر قد ازداد فيها معدل الاستخدام السياسي لهذه الشبكات ليس فقط من خلال الشباب والناشطين السياسيين وانما من خلال الحزب الوطني الساب الذي حاول ان ينفي عن نفسه تهمة محاربة المدونين ومستخدمي الشبكات من خلال انشاء مجموعات على الفيس بوك لدعم جمال مبارك سياسيا إدراكا من الحكومة لأهمية الشبكات الاجتماعية في هذا المجال، أما في لبنان فقد استخدمت الشبكات الاجتماعية بقوة في الترويج للمرشحين في الانتخابات، وكنتيجة لقوة الشبكات الاجتماعية قامت سوريا بحجب بعض المواقع وخاصة السياسية واستخدمت السلطات الخليجية بعض الكاميرات المخفية لمراقبة الاستخدام، وفي الانتخابات الأفغانية سجل موقع تويتر 111741 تغريده مقابل 2.024.166 عن الانتخابات الإيرانية ولجأت بعض الحكومات كالولايات المتحدة الي لإنشاء حسابات لها لتعقب الارهابيين الذين قاموا بدورهم بإنشاء مجموعات لهم للتواصل وأكدت الدراسة قوة الشبكات الاجتماعية وخاصة بعد ظهور صحافة المواطنين.

11- دراسة (شركة تكنووايرلس)

(http:// www.all voices.com,retrieved,18/03/2011 : 2011)

أكدت هذه الدراسة ان الانترنت والشبكات الاجتماعية كانت بمثابة ثورة حقيقية حيث أجبرت الثورة المجلس العسكري وحكومة شرف ومن قبلها حكومة شفيق باستخدام الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك للتواصل مع شباب الثورة، وأكدت الدراسة ان عدد مستخدمي الانترنت قد زاد في مصر من 21 إلى 23 مليون وتضاعف الزمن الذي يقضيه الفرد على الانترنت من 900 ساعة شهريا الي 1800 ساعة، وأكدت الدراسة ان المواقع الاجتماعية كان لها الفضل في زيادة الدخول الي الانترنت وقضاء وقت اطول في تصفحها حيث زاد عدد مستخدمي الانترنت بمعدل مليونين، وارتفع عدد مستخدمي الفيس بوك خلال فترة الثورة بمقدار مليون وارتفع عدد مستخدمي تويتر من 26800 إلى 44200.

وخلال الأسبوع الأول من الثورة شاهد المصريون 8.7 مليون صفحة على الانترنت رغم الحظر الذي مارسته الحكومة المصرية لمدة خمس ايام منذ 28 يناير وحتي الأول من فبراير ونجح المصريون في استخدام الانترنت بمهارة حيث استخدموا الم واقع الوسيطة للتغلب على حجب بعض المواقع او تعطيل الشبكات الاجتماعية البحث عن أخبار صادقة من مصادرها والاهتمام بالمتابعة الحية عكس الاستخدامات في مرحلة ما قبل الثورة والتي كانت تحصر اغلبها في الترفيه، وتعكس النتائج السابقة نجاح الثورة المصرية في تغيير عادات وسلوكيات التعرض للإنترنت بوجه عام وللشبكات الاجتماعية بوجه خاص.

12- دراسة سحر خميس وكاثرين فاجن

(SaharKhamis& Katherine Vaughan,2011)

حاولت الدراسة التركيز على التحول الذي صار للشبكات الاجتماعية والتي صارت وسيلة هامة للترويج للمشاركة الفاعلة من جانب المجتمع المدني حيث اتاحت لهم منتديات حرة للتعبير و وفرص لإقامة شبكات اجتماعية وسياسية، وكذلك فرص للتجمع الحر دون قيود الشرطة والامن من خلال لقاءاتهم عبر الفضاء الالكتروني حتي ولو كان بشكل افتراضي، فالثورة كانت ستحدث بفعل عوامل الغضب والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السيئة والتي كانت تتدهور يوما بعد آخر، فالشبكات الاجتماعية استطاعت ان تجعل المحتجين يخططون وينظمون أنفسهم ويقومون بالاحتجاجات بشكل سلمي لدرجة ان هذه الاحتجاجات جذبت أنظار وسائل الإعلام المعارضة والمستقلة في مصر، وأكدت الدراسة ان صحافة المواطنين قد لعبت دورا كبيرا في هذا الإطار فلأول مرة يجد المواطن نفسه مصدرا للمعلومات حيث يقوم بأخذ صور ومقاطع فيديو بنفسه من خلال جواله ويقوم بوضعها على الشبكات الاجتماعية ويتبادلها مع الآخرين، وحتي مع تشفير بعض المواقع فهو يحاول ان يصل لحلول لها ويرسل للجميع ويستقبل تعليقاتهم وآرائهم وهكذا يشعر انه مشارك في الحدث بل وصانع له بعد ان كان مستقبلا سلبيا، ومما يزيد من دوافعه للاستمرار تبادل هذه المواد ليس فقط محليا بل إقليميا وعالميا. وهكذا تشكلت إرادة عامة وهي قوة اجتماعية تستطيع ان تتحرك بشكل عفوي ومع المساندة والتأثير الخارجي تتحول هذه الإرادة العامة الي

تغير اجتماعي مؤثر، وأكدت الدراسة ان دقة وحجم التغطية كانا كلمة السر وراء نجاح الثورة فقبلها كانت الجماعات والحركات السياسية تخرج بأعداد محدودة مما سهل على الامن مواجهتها وتفريقها ولكن مع الدعوات المليونية أصبحت المسألة أكبر من قوة الامن او السلطات مما ساهم في إنجاح الثورة.

13- دراسة فضل الترزي (Fadl Al Tarzi: 2011)

قام الباحث بالدراسة ممثلا للمجموعة الإخبارية الدولية حيث أصدرت المجموعة تقريرها عن وسائل الإعلام العربية لعام 2011 عن الشبكات الاجتماعية والربيع العربي وقد رصد التقرير استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية حيث وصل معدل استخدام الانترنت الي 80 مليون مستخدم بنسبة 30.8 ٪ من السكان وهي نسبة تفوق المعدل العالمي الذي يصل الي 28.7٪ وتضاعفت أعداد المستخدمين بنسبة 1800٪ في الفترة من عام 2000 الي 2010 ووصل عدد مستخدمي الفيس بوك إلى 17 مليون مستخدم في أغسطس عام 2010 وصارت اللغة العربية أكثر اللغات نموا عبر الفيش بوك وقامت الدراسة برصد ما يقرب من 10 مليون نص تضمن مدونات ومنتديات ورسائل ومواقع إخبارية تشمل كل المصادر والمشتركين في المجموعات المختلفة، كما شملت الدراسة كل المواد التي تم تحميلها وقامت بتحليل كم كبير من البيانات وتم استخدام مرمزين ومحللين باللغات العربية والانجليزية والفرنسية والفارسية والأردية باستخدام أسلوب تحليل النص بكل دقة وموضوعية، ورصدت الدراسة حالة الثورة المصرية وجاءت اهم المواقع كالتالي (الفيس بوك - تويتر - مصراوي - اليوم السابع - اقلاع - اخوان بوك)، وقامت الدراسة بتحليل اهم المطالب الاجتماعية في المنطقة العربية وقسمتها إلى محورين هما:

1- سياسي يشمل تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا والاردن

2- اقتصادي اجتماعي يشمل السعودية والاردن وعمان والمغرب والجزائر.

وأكدت الدراسة أيضا الدور النشط للجماعات والتيارات السياسية الإسلامية في استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص.

14- دراسة نايلة حمدى (Naila Hamdy,2010)

حاولت الدراسة ان تبحث بدايات ظهور صحافة الجمهور الالكترونية التي بدأت منذ الهجوم الإسرائيلي على غزة في السابع والعشرين من ديسمبر عام 8200 حيث بدأ منذ هذا الصراع ظهور صحافة المواطنين والمتمثلة في ظهور نوع من الصحافة يقدمها المواطنون بأنفسهم من خلال المواقع والمنتديات والشبكات الاجتماعية التي بدأت تجتذب أعدادا كبيرة من الأفراد وبدأت تؤثر على خارطة وسائل الإعلام التقليدية التي وجدت صعوبة في الوصول الي مواقع الأحداث التي اهتم بها العالم اجمع، وأصبح الحل في الصحافة الالكترونية والصحافة عبرالانترنت وحاول كل من الفلسطينيين والإسرائيليين توظيف الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص لصالحهم وساهمت هذه الأوضاع في النظر للوسائل الجديدة في باعتبارها ليست وسائل دعائية وانما وسائل لجمع ونشر المعلومات والحقائق والأخبار وبالتالي فقد ساهم الحظر الإعلامي الذي فرضته إسرائيل في زيادة طبيعة وحجم الاعتماد على الوسائل الحديثة في نقل ونشر وتداول الأخبار والمعلومات، وأشارت الدراسة الي انه منذ هذه اللحظة بدأ الافراد في العالم العربي يدركون حجم وطبيعة تأثير صحافة المواطنين في تشكيل إرادةالأفراد.

15- دراسة كلية دبي للإدارة الحكومية-مايو

(Civil movements , Dubai school of government,2011)

تناولت الدراسة مستخدمي الفيس بوك في 22 دولة عربية وإيران وتركيا وإسرائيل في الفترة من 22 أبريل حتى 21 ديسمبر 2010 وتصدرت بعض الدول العربية معدلات استخدام الفيس بوك بدرجة اكبر من دول أخرى معروفي بمعدلات استخدامها المرتفع للفيس بوك وتوصلت الدراسة إلي أن الحظر الذي فرض على الانترنت لم يؤثر على استخدام الشباب للفيسبوك حيث لجئوا لطرق أخرى لفك هذا الحظر وخاصة الشباب الأصغر سنا (15-19) حيث كانوا هم الفئة الأكثر استخداما في المنطقة العربية، وأكدت الدراسة ان عوامل الغضب العربي قد حولت استخدامات الشباب من كونها ترفيهية إلي استخدامات يغلب عليها الطابع

السياسي والمشاركة العامة وهذا دليل على نجاح الشبكات الاجتماعية في خلق مجتمع مدني فاعل وان كان التقرير أشار الي ارتفاع معدلات الاستخدام بن الذكور عنه بين الإناث.

وأكدت الدراسة ان الشبكات الاجتماعية قد أسهمت في ظهور ما يسمي بالدول الناشئة وهي دول يتزايد معدل استخدامها للإنترنت بوجه عام والفيس بوك بوجه خاص بشكل متسارع.

16- دراسة كلية دبي للإدارة الحكومية يناير

(Arab social media report, Dubai school of Government : 2011)

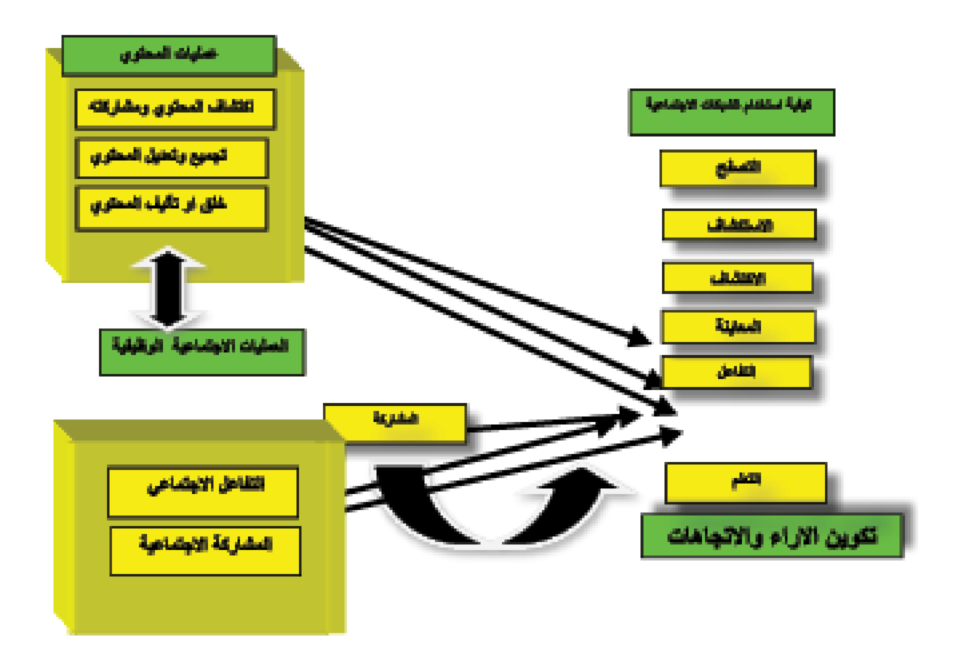
تمت الدراسة على (22 دولة عربية وإيران وتركيا وإسرائيل) من 5 يناير إلي 5 أبريل 2011 للشباب من 15-29 سنة وفوق 30 سنة للفيسبوك وتم الاعتماد على المصادر الرسمية باستثناء السودان وسوريا لأغراض أمنية وإيران لأغراض إعلانية أما بيانات تويتر فتم حصرها في الفترة من الأول من يناير حتي 30 مارس بإجمالي 190706 مستخدم و10.552.772 تعليق وأكدت الدراسة ارتفاع مشاركة الذكور عن الإناث وزيادة نمو جمعيات المجتمع المدني وأكدت الدراسة ان الشباب هم المستخدمين الرئيسيين للشبكات الاجتماعية اوانهم يستخدمون اللغة الانجليزية في 7 دول والفرنسية في 5 دول والعربية في 3 دول وأكدت الدراسة الدور المتزايد للشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي والحراك والتمكين الاجتماعي، كما أكدت الحاجة المتزايدة إلى وضع قواعد وسياسات جديدة لتحقيق الاستفادة القصوى من الشبكات الاجتماعية في زيادة قدرات المجتمع المدني.

ملاحظات على الدراسات السابقة وكيفية استفادة الباحث منها

بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن استخلاص أنها اتجهت لرصد وتأطير استخدام الشبكات الاجتماعية أثناء الثورات العربية وأثبتت وجود علاقة وثيقة بين الشبكات الاجتماعية وتكوين الرأي العام مهتمة بالجانب الكمي أكثر من الكيفي وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في: 1- الإطار النظري للدراسة 2 - تكوين خلفية نظرية ومعرفية حول استخدام الشبكات الاجتماعية ودورها في

تشكيل الرأي العام. 3- وضع بعض فروض الدراسة 4- تطوير بعض المقاييس المستخدمة في تطبيق استمارة الدراسة الميدانية 5- تفسير بعض نتائج الدراسة في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسات السابقة:

الإطار النظري للدراسة: اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على النموذج الوظيفي للشبكات الاجتماعية (Sheila O'Riordan, Joseph Feller, TadhgNagle, 2011,3) كما يظهر من الشكل رقم (1) كما يلي :



شكل رقم (1) النموذج الوظيفي للشبكات الاجتماعية

يعد هذا النموذج محاولة لرصد وتوصيف وفهم العمليات والتفاعلات الداخلية التي تتم بين مستخدمي الشبكة الاجتماعية سواء على مستوي الفرد أو المحتوى حتي يتمكن الفرد من تكوين رأيه واتجاهه ويمكن شرحه كما يلي :

أولا : كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية:

وتشمل قائمة استخدامات يقوم بها مستخدمو الشبكة والتي تبدأ بمقياس من 7 درجات كما يلي:

1- التصفح: حيث يكون المستخدم مدفوعا بحب الاستطلاع، وبفعل تأثير نظرية الثراء الاجتماعي والتي تشمل تعدد جوانب التأثير البصري في شاشة الانترنت والحميمية التي يشعر بها مستخدم الشبكة وخاصة مع اتساع نطاق وجاذبية المواد التي يتعرض لها وخاصة على التويتر والفيس بوك واليوتيوب حيث تكتسب المادة الفيلمية أهمية خاصة حيث يستطيع المستخدم الإرسال والاستقبال والحذف والإضافة والتحميل بالطريقة التي يرغبها (Livingstone, S. 2008:393)

2- الاستكشاف وهي مرحلة هامة تعني مزيدا من الاستغراق والارتباط بالإنترنت بوجه عام والمواقع الاجتماعية بوجه خاص، وتتميز هذه المرحلة بالعمومية.

3- الاكتشاف وهي مرحلة تتميز بالفردية والخصوصية حيث يبدأ متصفح او مستخدم الانترنت والمواقع الاجتماعية في إيجاد او اكتشاف مواد ومواقع وروابط ومجموعات وأحداث وفعاليات تهمه وتدفعه للارتباط بها والانخراط او الاشتراك في أحداثها او على الأقل تولد لديه الرغبة في التجربة، وتعد المراحل السابقة الثلاث اقرب الي الاستخدام السلبي او غير النشط.

4- المعاينة وهنا يبدأ المستخدم في التجريب الفعلي او العملي سواء بإنشاء حساب او بتصفح مواد الآخرين او الموافقة على الإضافة او الاشتراك في مجموعات خاصة في إطار موضوعات يهتم بها مستخدم المواقع، وتعد هذه المرحلة مرحلة حيادية يليها مرحلة أخرى تشكل ثلاث خطوات وهي مرحلة الاستخدام النشط او الايجابي.

5- التفاعل وهنا يبدأ الفرد في تبادل الأخبار والمعلومات والآراء سواء مكتوبة او مسموعة او مرئية مع الآخرين ويبدأ في تكوين مجموعاته الخاصة التي يصنفها حسب مجال اهتمامه، وبالطبع فام قوة الفرد اقل من المجموعة بمعني انه يتلقيأكثر مما يرسل الأمر الذي يسمح له بتكوين حصيلة متنوعة الأشكال ومختلفة المصادر.

6- المشاركة وهنا يتحول الفرد الي مستوي ايجابي آخر يتضمن التعبير عن مواقفه وأراءه والبحث عن مختلف الادلة والبراهين التي تدعمها ويبدأ في تكوين أنصار او مؤيدين لموقفه او رأيه، ويزداد معدل المشاركة بزيادة أهمية القضية

وخطورتها وطبيعة ومدى اقترابها من المصلحة المباشرة لمستخدم الانترنت، وبالطبع في ظروف الثورة المصرية تعددت وتنوعت المشاركات المكتوبة والمسموعة والمرئية التي تفضح ممارسات النظام سواء قبل الثورة او طريقة تعامله مع الثوار وخاصة مع تسارع وتلاحق معدلات الأحداث خلال الفترة من يناير الي فبراير 2011

7- التعلم ويمثل المرحلة التي يقوم فيها الفرد بتكوين رأي أو اتجاه محدد مدعم بأدلة وبراهين سواء قام بتكوينها بنفسه او تلقاها من الآخرين ودعمت او غيرت قناعاته الخاصة، ويؤكد ذلك وجود كل وسائل الإعلام في وسيلة واحدة من خلال روابط بسيطة يستطيع الفرد التعرض للوسيلة والخبر او المقال او البرنامج الذي قدم في وسائل الاتصال الجماهيرية، كما يستطيع ان يتلقى مشاركات الآخرين على الفيس بوك او تويتر او يوتيوب او غيرها من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

ثانياً: العمليات الاجتماعية الوظيفية:

ويقصد بها العمليات المختلفة القائمة على الطابع الاجتماعي وتشمل :

- التواصل الاجتماعي وهي عملية طبيعية قائمة على تبادل الآراء والمعلومات مع آخرين ويسودها طابع التجانس النسبي بين المتصفحين.
- المشاركة الاجتماعية وهي عملية اوسع نطاقا من العملية السابقة وتشمل انتشارا سريعا للأحداث والموضوعات والتعليقات.
- التفاعل الاجتماعي وهو السمة الأساسية التي تميز الشبكات الاجتماعية وخاصة عند وجود موضوع او قضية تشكل اهتماما مشتركا بين أفرادها.

ثالثاً عمليات المحتوى:

ويقصد بها العمليات أو الإجراءات التي يقوم بها المتصفح أثناء استخدامه للشبكات الاجتماعية وتشمل:

1- اكتشاف المحتوى ومشاركته حيث ان محتوي الانترنت يتمتع بالجاذبية والتنوع فانه يستميل الفرد بل ويفتح أمامه عوالم جديدة ويسمح له بتكوين علاقات وصداقات مع مجموعات مختلفة متوافقة ومتناسقة مع أفكاره واتجاهاته.

2- تجميع وتعديل المحتوى وهي مرحلة يتكون فيها لدي الفرد مصادر ومعلومات متنوعة يبدأ في تجميعها وتعديلها وإرسالهاللآخرين واستقبال ردود أفعالهم عليها وآرائهم فيها وهذه المرحلة يقرر فيها الفرد خلق او تأليف المحتوى.

3- خلق او تأليف المحتويوهي مرحلة أساسية من خلالها يحدث تراكم الموضوعات والأخبار بمختلف الأشكال وهنا يشعر الفرد بأهميته وبقيمة ما قام به من عمل حيث يتم إرساله واستقباله وتداوله من قبل نشطاء آخرين بل ويتم الاستدلال به أحيانا في التحقيقات الصحفية والجنائية.

رابعاً: كيفية تطبيق النموذج على الدراسة:

قام الباحث بتطبيق النموذج على الدراسة من خلال اختبار طبيعة ومدى استخدام الجماهير النوعية للشبكات الاجتماعية وتحديد أسباب استخدامها وخاصة أن هذه الجماهير كانت بعيدة عن ميدان الثورات العربية ومن الطبيعي ان تكون متابعتها لقضايا بلادها من خلال الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية وخاصة مع حريتها النسبية نتيجة لعدم تواجدها في الموقع الحقيقي للأحداث.

مما سمح لهذه الفئات بالمشاركة في الشبكات الاجتماعية واستطاع الجمهور - او بعض أفراده- أن يصمم وينشر رسائل بنفسه فيما يعرف بظاهرة المواطن الصحفي بمفهومه الشامل. (Hamilton, James,2000,:357)

- نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة في الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على تشكيل الرأي العام نحو الثورات العربية ولم تكتف الدراسة بالوصف ولكنها سعت لتفسير أهم ما توصلت إليه من نتائج
- منهج الدراسة اعتمدت الدراسة على منهج المسح الذي يعد أكثر المناهج ملائمة لأغراض الدراسة حيث تم تطبيقه بشقيه الوصفي والتحليلي المقارن بين مجموعات من دول عربية مختلفة حيث تم استخدامه لإجراء مقارنات كمية وكيفية.
- حجم وتوزيع عينة الدراسة :اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها 500 مفردة تم توزيعها حسب المتغيرات المختلفة كما يلي :

جدول رقم (1)	توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية المختلفة		
المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	250	50
	إناث	250	50
السن	18 – 30	131	26.2
	31 – 40	210	42
	40 فأكثر	159	31.8
الجنسية	مصري	100	20
	ليبي	100	20
	تونسي	100	20
	سوري	100	20
	يمني	100	20
التعليم	أقل من متوسط	67	13.4
	متوسط	202	40.4
	عال فأكثر	231	46.2
الإجمالي		500	100

فروض الدراسة

1 – هناك علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشبكات الاجتماعية والاعتماد عليها كمصادر في تكوين الرأي العام تجاه بالثورات العربية.

2 – لا توجد فروق جوهرية في معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية بين أفراد العينة ترجع للنوع والسن والتعليم والجنسية.

3 – هناك فروق بين أفراد العينة من حيث طبيعة الشبكات الاجتماعية التي يعتمدون عليها

4 – هناك علاقة ارتباطيه طردية ذات دلالة إحصائية بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة.

5 - هناك علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية.

6 - لا توجد فروقفي اتجاهات أفراد العينة نحو الثورات ترجع للنوع والسن والتعليم والجنسية

7 - هناك علاقة ارتباطيه بين النوع و أولويات المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في تكوين أرائهم نحو الثورات العربية.

متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل استخدام الشبكات الاجتماعية (منخفض، متوسط، مرتفع)
- المتغيرات الوسيطة المتغيرات الديموغرافية (السن النوع، التعليم، الجنسية)
- المتغير التابع الاعتماد على الشبكات في تكوين الرأي نحو الثورات (منخفض، متوسط، مرتفع).

أداة جمع البيانات : تم الاعتماد على استمارة استقصاء مقننة تضمنت عدداً من الأسئلة الرئيسية والمقاييس التي تغطى أهداف وأبعاد الدراسة وتضمنت عدة أجزاء :

- الأول تضمن عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية من حيث معدلات ومكان الاستخدام وطريقته
- الثاني قياس دوافع ومبررات تفضيل شبكات معينة
- الثالث قياس آراء واتجاهات المبحوث نحو الاعتماد على الشبكات في تكوين أرائهم
- الرابع أسئلة عن المتغيرات الديموغرافية.

أساليب القياس : تم عمل مقياس تجميعي لاستخدام الشبكات تضمن عددها وعدد مرات الاستخدام يومياً ووقته ومدى الاهتمام والانتظام والحرص على الاستخدام وطبيعة ومستوي التفاعل وتقدير الأفراد لأهمية الشبكات والاعتماد عليها، وتم تصميم مقياس تجميعي إسقاطي للتعرف على دور الشبكات في تكوين الرأي العام تضمن المعرفة والوعي ومستوي الاعتماد على ما يقدم في الشبكات الاجتماعية.

إجراءات الصدق والثبات : بالنسبة للصدق تم:

1. تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وفروض الدراسة
2. عرض الاستمارة على عدد من المحكمين
3. تصميم المقياس في ضوء مراجعة الدراسات السابقة
4. إجراء اختبار قبلي على 25 مفردة بواقع 5٪ من حجم العينة

ووصل معامل الصدق إلى 91.0. أما الثبات فتم قياسه بإعادة تطبيق الاستمارة بأسلوب الاختبار المنشطر ووصل إلى 0.92

نتائج الدراسة : الفرض الأول : هناك علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشبكات الاجتماعية والاعتماد عليها في تكوين الرأي العام تجاه بالثورات العربية

تم قياس مستوى الاستخدام عبر مقياس تجميعي تضمن 39 نقطة وتم تقسيمه إلى ثلاث مستويات : استخدام منخفض من9 :25 واستخدام متوسط من 26 :32 واستخدام مرتفع من 33 :39 وتم قياس الاعتماد من خلال مقياس لبكرت والأسلوب الاسقاطى وكانت النتائج كما يلي :

جدول رقم (2)	العلاقة استخدام الشبكات الاجتماعية و الاعتماد عليها في تكوين الرأي			
معدل الاعتماد معدل الاستخدام	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
مرتفع	220	9	3	232
متوسط	4	113	2	119
منخفض	10	7	132	149
الإجمالي	234	129	137	500

كا2 المحسوبة <793كا2 الجدولية عند درجة حرية 4 ومستوي معنوية 0.000 معامل التوافق 0.78 معامل بيرسون 0.89

تبين من الجدول السابق أن قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يدل على وجود علاقة ارتباطيه ايجابية بين المتغيرين فكلما زاد استخدام الشبكات زاد الاعتماد عليها في تكوين الرأي نحو بعض القضايا. ولحساب قوة العلاقة بين المتغيرين تم حساب قيمة معامل التوافق فبلغ 78.0 ومعامل بيرسون 89.0 مما يدل على وجود ارتباط ايجابي قوى جدا بين المتغيرين فكلما زاد استخدام الشبكات زاد الاعتماد عليها في تكوين الآراء مما يثبت صحة الفرض الأول.

نتائج الفرض الثاني :

توجد فروق جوهرية في معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية بين أفراد العينة ترجع للنوع والسن والتعليم والجنسية ,لقياس الفروق بين النوع ومعدل استخدام الشبكات الاجتماعية تم استخدام اختبار ت كما يلي :

جدول رقم (3)	اختبار ت للفروق بين الذكور والإناث في استخدامهم للشبكات الاجتماعية							
المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى	قيمة ت	درجة الحرية	مستوي المعنوية
النوع والاستخدام	0.3340	1.0142	4.535	0.4231	0.2449	7.364	499	0.000

من الجدول السابق يتضح أن قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يعنى وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في استخدامهم للشبكات الاجتماعية لصالح الذكور وهي نتيجة تتفق مع ما انتهت إليه الدراسات السابقة مما يثبت صحة الفرض الثاني جزئيا من حيث النوع. ولقياس الفروق من حيث السن، التعليم، الجنسية تم حساب تحليل التباين من خلال اختبار ف.

جدول رقم (4)	اختبار ف لمدي وجود فروق بين استخدام الشبكات الاجتماعية نتيجة للمتغيرات الديموغرافية(الجنسية – المستوي التعليمي- السن)					
المتغيرات	مصدر الفروق	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي المعنوية
الجنسية واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	275.667 724.333 1000.000	2 497 499	137.833 1.457	94.574	0.000
التعليم واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	1.624 242.584 244.208	2 497 499	0.812 0.488	1.664	0.191
السن واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	3.167 285.265 288.432	2 497 499	1.584 0.574	2.759	0.064

يتضح من الجدول أن الجنسية كانت عنصراً مؤثراً في إحداث فروق بين المجموعات في استخدامهم للشبكات حيث أن قيمة ف المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية وهى نتيجة قد تبدو منطقية في ضوء الفترات الزمنية للثورات العربية والحظر الذي مارسه النظام الليبي والتونسي ومازال يمارسه النظام السوري واليمني على الانترنت مما يقلل من فرص تفاعل الأفراد من هذه الجنسيات مع غيرهم في هذه البلدان سواء مع ذويهم أو غيرهم.

من الثوار مما يثبت صحة الفرض الثاني جزئياً، أما عنصر التعليم والسن فثبت عدم وجود فروق جوهرية مما يعنى عدم صحة الفرض الثاني جزئياً فيما يتعلق بمكون التعليم والسن، وهكذا باستثناء مكون النوع والجنسية يثبت عدم وجود فروق جوهرية بين استخدام أفراد العينة للشبكات الاجتماعية وبالتالي صحة الفرض الثاني جزئياً.

الفرض الثالث:

هناك فروق جوهرية بين أفراد العينة من حيث طبيعة الشبكات الاجتماعية التي يعتمدون عليها في تكوين أرائهم.

لقياس الفروق بين النوع ومعدل الاعتماد على الشبكات الاجتماعية تم استخدام اختبار ت :

جدول رقم (5)	اختبار ت للفروق بين الذكور والإناث في الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية							
المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع والاستخدام	0.3060	0.9972	4.459	0.3936	0.2184	6.862	499	0.000

من الجدول السابق يتضح أن قيمة ت المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يعنى وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية لصالح الذكور وهي نتيجة تتفق مع ما انتهت إليه الدراسات السابقة مما

يثبت صحة الفرض الثالث جزئيا من حيث النوع. ولقياس الفروق بين المجموعات من حيث السن والتعليم والجنسية والاعتماد على الشبكات الاجتماعية تم حساب تحليل التباين من خلال اختبار ف وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (6)	اختبار ف لمدي وجود فروق في الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي نتيجة للمتغيرات الديموغرافية(الجنسية – المستوي التعليمي- السن)					
المتغيرات	مصدر الفروق	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي المعنوية
الجنسية واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	193.451 806.549 1000.000	2 497 499	96.72611.623	59.603	0.000
التعليم واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	1.273 242.935 244.208	2 497 499	0.637 0.489	1.302	0.273
السن واستخدام الشبكات	بين المجموعات داخل المجموعات الإجمالي	4.732 283.700 288.432	2 497 499	2.366 0.571	4.145	0.016

يتضح من الجدول أن الجنسية كانت عنصراً مؤثراً في إحداث فروق بين المجموعات فيالاعتماد على الشبكات الاجتماعية حيث أن قيمة ف المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية وهى نتيجة تتفق مع ما انتهي اله الفرض الثاني مما يثبت صحة الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بعنصر الجنسية.

أما عنصر التعليم فثبت عدم وجود فروق جوهرية مما يعنى عدم صحة الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بمكون التعليم، أما على مستوى السن فكانت قيمة ف المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية مما يثبت عدم صحة الفرض الثالث للدراسة فيما يتعلق بمكون بالسن.

وهكذا باستثناء مكون النوع والجنسية يثبت عدم وجود فروق جوهرية بين اعتماد أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية في تكوين أراءهم واتجاهاتهم وبالتالي صحة الفرض الثالث للدراسة جزئيا.

الفرض الرابع :

هناك علاقة ارتباطيه طردية ذات دلالة إحصائية بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة.

جدول رقم (7)	العلاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل في الاستخدام			
مستوي التفاعل الشبكة	مرتفع	متوسط	منخفض	الإجمالي
الفيس بوك	144	57	63	264
التويتر	61	36	65	162
اليوتيوب	27	26	21	74
الإجمالي	232	119	149	500

كا2 المحسوبة 21.684 <كا2 الجدولية عند درجة حرية4 ومستوى معنوية 0.000 معامل التوافق 2.0 معامل بيرسون 0.14

تبين من الجدول أن قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يدل على وجود علاقة ارتباطيه ايجابية بين المتغيرين فمستخدمي الفيس بوكأكثر تفاعلا بحكم طبيعة الشبكة وكونها أقدم الشبكات الثلاث وأكثرها انتشارا وتتيح الإضافة والتعليق كما في تويتر ويمكن وضع روابط الفيديو عليها سواء كانت من خلال اليوتيوبأو غيره ولحساب قوة العلاقة بين المتغيرين تم حساب قيمة معامل التوافق فبلغ 0.2 ومعامل بيرسون 0.14 مما يدل على وجود ارتباط ايجابي ضعيف بين المتغيرين و يثبت صحة الفرض الرابع للدراسة.

الفرض الخامس :

هناك علاقة ارتباطيه ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية.

جدول رقم (8)	العلاقة بين الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية			
الاتجاه - مستوي الاعتماد	ايجابي	محايد	سلبي	الإجمالي
مرتفع	219	8	7	234
متوسط	18	102	9	129
منخفض	57	7	73	137
الإجمالي	294	117	89	500

كا2 المحسوبة463 <كا2 الجدولية عند درجة حرية4 ومستوي معنوية 0.000 معامل التوافق 0.69 معامل بيرسون 0.58

تبين من الجدول أن قيمة كا2 المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية مما يدل على وجود علاقة ارتباطيه ايجابية بين المتغيرين فالأكثر اعتمادا على الشبكات الاجتماعية كانوا أكثر تأييدا للثورات العربية حسب البلدان المختلفة التي جرت فيه ثورات الربع العربي، ولحساب قوة العلاقة بين المتغيرين تم حساب قيمة معامل التوافق فبلغ 0.69 ومعامل بيرسون 0.58 مما يدل على وجود ارتباط قوي ضعيف بين المتغيرين ويثبت صحة الفرض الخامي للدراسة.

الفرض السادس :

لا توجد فروق جوهرية في اتجاهات أفراد العينة نحو الثورات العربية ترجع للنوع والسن والتعليم والجنسية.

جدول رقم (9)	اختبار ت للفروق بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو الثورات العربية							
المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى	قيمة ت	درجة الحرية	مستوي المعنوية
النوع والاستخدام	9.00	0.9838	4.400	0.1764	3.56	2.046	499	0.041

من الجدول يتضح أن قيمة ت المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية مما يعنى عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو الثورات العربية مما يثبت صحة الفرض السادس جزئيا من حيث النوع وهي نتيجة منطقية في ضوءالاتجاه السائد نحو تأييد هذه الثورات، ولقياس الفروق ببين المجموعات من

حيث السن والتعليم والجنسية واتجاهاتهم نحو الثورات العربية تم حساب تحليل التباين من خلال اختبار ف وكانت النتائج كما يلي :

جدول رقم (10)	اختبار ف لمدي وجود فروق في الاعتماد علي الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي نتيجة للمتغيرات الديموغرافية (الجنسية – المستوي التعليمي - السن)					
المتغيرات	مصدر الفروق	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي المعنوية
الجنسية والاتجاه	[illegible]	27.140	2	13.57011.957	6.932	0.001
نحو الثورات	[illegible]	972.860	497			
	[illegible]	1000.000	499			
التعليم والاتجاه	[illegible]	1951	2	0.976	2.002	0136
نحو الثورات	[illegible]	242257	497	0.487		
	[illegible]	244.208	499			
السن والاتجاه	[illegible]	1.118	2	0.559	0.967	0.381
نحو الثورات	[illegible]	287.314	497	0.578		
	[illegible]	288.432	499			

يتضح من الجدول أن الجنسية كانت عنصراً مؤثراً في إحداث فروق بين المجموعات فياتجاهاتهم نحو الثورة حيث أن قيمة ف المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية وقد يرجع ذلك نتيجة خوف المبحوث في الإفصاح عن اتجاهه الحقيقي مما يثبت عدم صحة الفرض السادس جزئياً فيما يتعلق بعنصر الجنسية. أما عنصرا التعليم والسن فثبت عدم وجود فروق جوهرية حيث كانت قيمة ف المحسوبةٌ أقل من قيمتها الجدولية مما يعنى صحة الفرض السادس جزئياً فيما يتعلق بمكون

التعليم والسن، وهكذا باستثناء مكون الجنسية يثبت عدم وجود فروق جوهرية بين اتجاهات أفراد العينة نحو الثورات العربية وبالتالي صحة الفرض السادس جزئيا.

نتائج الفرض السابع :

هناك علاقة ارتباطيه بين النوع وأولويات المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في تكوين أرائهم نحو الثورات العربية.

طبقاً لما أكدته الدراسات السابقة هناك حالة من الانسحاب من جانب جمهور الوسائل التقليدية أو السائدة والتحول نحو الوسائل الحديثة أو الرقمية، ولذلك طلب من المبحوثين ترتيب أهم الوسائل التي اعتمدوا عليها في استقاء الأخبار والمعلومات وتكوين الآراء لقياس الأهمية النسبية لكل مجموعة من الوسائل، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (11) ترتيب أفراد العينة وفقا للنوع للوسائل التي اعتمدوا عليها في تكوين الرأي

الوسائل	تكرار الذكور	تكرار الإناث	ترتيب الذكور	ترتيب الإناث	ف	ف 2
الجرائد	85	88	4	5	-1	1
المنتديات	60	104	5	4	+1	1
الراديو	18	13	10	9	+1	[illegible]
التويتر	101	71	3	6	-3	9
التليفزيون	51	115	6	3	+3	9
الفيس بوك	311	251	1	1	0	0
المجلات	46	9	7	10	-3	9
الايميل	216	196	2	2	0	0
آخري	41	24	8	7	+1	1
المدونات	23	18	9	8	+1	1
الاجمالي					[illegible]	31

ر= 1− 6 مج ف 2 = 1− = 0.81 = 1 - 186 = 6x 31

ن x ن 2−1 990 10?99

من النتائج يتضح أن هناك ارتباط طردي بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي يعتمدون عليها في تكوين أرائهم نحو الثورات العربية مما يثبت صحة الفرض السابع

الخاتمة

أ- النتائج العامة للدراسة :

1- هناك تفوق واضح للشبكات الاجتماعية في تكوين أراء الجمهور نحو الثورات العربية نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي المشارك وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية.

2- هناك تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة - سواء كانت خاصة او حكومية - وخاصة مع تطور الشبكات الاجتماعية بوجه خاص والمضمون المرتكز على المتلقي Content receive based بوجه عام.

3- ثبت وجود أثر للنوع والجنسية في استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية والاعتماد عليه في تكوين أراءهم في حين لم يثبت وجود فروق ترجع للسن أو التعليم

4- ثبت وجود علاقة بين الشبكة التي يستخدمها الأفراد ومستوي التفاعل أو الايجابية في استخدام الشبكة.

5- ثبت وجود علاقة بين الاعتماد على الشبكات الاجتماعية والاتجاه نحو الثورات العربية.

6- لم يثبت وجود اثر للمتغيرات الديموغرافية في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو الثورات العربية، وظهر وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي اعتمدوا عليها في تكوين أراءهم عن الثورات العربية.

ب- التوصيات:

1- هناك حاجة ملحة لوسائل الإعلام التقليدية أن تراجع أدائها المهني في ضوء المعدل المتسارع لانسحاب الجمهور منها واتجاهه نحو الشبكات الاجتماعية والوسائل الحديثة مما يفرض عليها العمل معاً والبحث عن طرق خاصة لتطوير أدائها والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة بدلاً من الدخول معها في منافسة غير عادلة أو متكافئة.

2- ضرورة القيام برصد وتوصيف وتحليل ما ينشر على الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الشبكات وإخضاعه للدراسات المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام في عديد من القضايا التي لا يكفي رصد الرأي العام حيالها من خلال الوسائل التقليدية.

3- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات المقارنة الخاصة بتأثيرات الشبكات الاجتماعية المعرفية والوجدانية والسلوكية وبحث إمكانية الاستفادة منها في تصميم حملات الوعي العام بالقضايا الحيوية وتغيير الاتجاهات والسلوكيات.

4- تعد الشبكات الاجتماعية فرصة ملائمة لمساعدة الدول العربية في مساعيها نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي من خلال التوجه برسائلها عبر هذه الوسائل واستقطاب الشباب بوسائل واقعية وملائمة تحاكى حياتهم اليومية بلغة بسيطة بعيدة عن التعقيد والتركيب.

5- من الهام أن تقوم المؤسسات الأكاديمية الإعلامية بإخضاع الشبكات الاجتماعية لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية للاستفادة بها في رصد تيارات واتجاهات الرأي العام عن القضايا الحيوية المختلفة وأن تتواكب مناهج الإعلام مع كل المستحدثات في هذا الإطار.

6- من الهام استثمار النجاح الذي أحرزته الشبكات الاجتماعية في تعظيم مكتسبات الثورة سواء في تغيير الصورة النمطية للمرأة او في حشد طاقات الشباب واستثمارها في مرحلة إعادة البناء او مقاومة أعمال البلطجة وخاصة بعد قفز عدد من الجماعات للمقدمة في محاولة للمزايدة على الثورة وقنص مزاياها.

7- من الهام ان تلعب الشبكات الاجتماعية دور الرقيب السياسي والاجتماعي على اداء الرئيس والحكومة والبرلمان حتي يمكن ممارسة التصحيح الذاتي أولا بأول وحتي تكتمل للعملية الديمقراطية مقوماتها الأساسية وخاصة في ظل حالة عدم الرؤية التي تجتاح المناخ السياسي والاجتماعي والامني في مصر منذ قيام الثورة وحتى الان.

مراجع البحث الرابع

"Face book usage : Factors and analysis, Arab social media report ", Dubai school of government , January 2011.

Alex Comminos. (2011), "Twitter revolution s and cyber crackdowns- user generated content and social networking in the Arab Spring and beyond", paper presented to association for progressive communication,APC 2011.

Bogdan Szajkonski. (2011)," Social media tools and the Arab revolts", Journal of alternative politics ,vol3,Nouvmber,3 2011pp: Å420-432.

Civic movements .(2011), "the impact of face book and twitter", op, cit

Civil movements. (2011),"The impact of face book and twitter, Arab social media report", Dubai school of government',volume1, number 2 .

Diseree Simonetti.(2011), the Arab Spring with a female focus : challenging European public opinion in the Middle East'?, http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-09-www/The-Arab-Spring-with-a-Female-Focus-Challenging-European-Public-Opinion-on-the-Middle-East-Desiree-Emilie-Simonetti.pdf

Fadl Al Tarzi .(2011), "Arab Media influence report, news group interpersonal, Arab media influence report", AMIR, 2011 social media and the Arab Spring.

Gordon Stables. (2011), "The impact of face book and twitter, Arab social media report", Dubai school of government',volume1 number supporting the Arab Spring democracy assistance in the Middle East and North Africa. A controversy paper presented to 2011-2012CEDA season, University of Southern California.

Hamilton, James.(2000),"Alternative Media: Conceptual Difficulties Critical Possibilities", Journal of Communication Inquiry, Å2000 vol.Å24Åno. 4 357-378.

Http:// www.all voices.com/18/03/2011

Http://www.alsaanews.com 2011/15/09/2011

Http://www.arabia.cnn.com/2011/18/09/2011

http://www.bagee.org

http://www.teac-wd.com/wd2010/03/27social network- numbers.

http://www.teac-wd.com/wd2011/01/15- internet 2010 in numbers.

http://www.teac-wd.com/wd20111/07facebook.infographic

Jeffery Ghannam.(2011)," The impact of face book and twitter, Arab social media report" , Dubai school of government', volume1 number social media in the Arab world, Center for international media association.

Karin Knessil. (2011),” The impact of face book and twitter, Arab social media report “, Dubai school of government’,volume1 number Elements for a scientific analysis for Arab revolution in Spring 2011.AAS working papers in social anthropology, volume21.

Livingstone, S. (2008),”Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers: use of social networking sites for intimacy,privacy and self-expression”, New Media & Society, June 2008 10: 393-411,

Markus Sabadello. (2011),” The impact of face book and twitter, Arab social media report” , Dubai school of government’,volume1 number the role of new media for democratization process in the Arab world.

Naila Hamdy, .(2011),”Arab media adopt citizen journalism to change the dynamics of conflict coverage”, Global Media Journal, Arabian edition, Fall - Winter 2010, Vol. 1, No. 1, pp. 3-15

Sahar Khamis and KathrineVagughn.(2011),”cyber activism and Egyptian revolution. How civic engagement and citizen journalism titled the balance”, Journal of Arab media and society, issue 13,Summer 2011, pp:1-25.

Sheila O’Riordan, Joseph Feller, Tadhg Nagle .(2011),”The impact of social network sites on the consumption of cultural goods” , paper presented to the 19 European Conference on Information Systems 2011, Helsinki, Finland

Tamara Chahayeb Makarem . (2011),”The impact of face book and twitter, Arab social media report” , Dubai school of government’,volume1 number Arab revolution the butterfly effect , Parson the new school for design, New York.

Yousra Allam. (2011),”The impact of face book and twitter”, Arab social media report, Dubai school of government’,volume1 number social media and politics : Amplification in Arab world case study of the Egyptian revolution.

5

البحث الخامس

النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام
زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية
نحو أنموذج متكامل

أ. د. عمر عسوس

جامعة 08 ماي 1945

د. رضوان سلامن

جامعة محمد خيضر بسكرة

ملخص:

تتناول هذه الورقة موضوع النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية. حيث يبدأ بمناقشة خصائص وأهمية المراحل المختلفة للتخطيط الإعلامي لإدارة الرأي العام إبان حدوث هذه الأزمات والكوارث الإنسانية والبيئية. ثم يقدم النماذج الإعلامية التي عن طريقها تتم إدارة هذه الأخيرة. فوسائل الإعلام تعد المصدر الرئيس للمعلومات في الأحداث الكبرى للكوارث. ومن خلال ما تبثه يتم متابعة جل مراحل الكارثة من قبل الرأي العام، لذلك تستطيع وسائل الإعلام المساهمة في إدارة الرأي العام، أثناء وقوع الكوارث البيئية والإنسانية من خلال توجيه قطاعات الرأي العام. وهو عمل قد تعجز عنه هيئات أخرى، حيث أنه من الصعب السيطرة على جزء مهم من الكارثة وهو الرأي العام على اختلاف سماته، غير أن وسائل الإعلام تستطيع إلى حد كبير القيام بهذه العملية. وهو ما يساهم بحق في التقليل من حجم الكوارث البيئية وتجنب الخسائر الناجمة عنها. وقد تبث ذلك في العديد من التجارب الإعلامية في كثير من الدول التي عصفت بها أزمات الكوارث البيئية المدمرة.

البحث الخامس

النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام

زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية

نحو أنموذج متكامل

مقدمة

يشهد عالمنا المعاصر مخاطر وتهديدات بيئية متسارعة أشد ضراوة وفتكا، ربما لم تكن معروفة من قبل، دفعت بدعاة حماية البيئية إلى دق ناقوس الخطر، وإطلاق تحذيرات متواصلة عن جسامة تهديد الحياة على كوكب الأرض. وهذا بالنظر إلى المعطيات التي تشير إلى ارتفاع حدوث الكوارث البيئية بمعدل أربعة (04) أضعاف عما كان في سنوات السبعينيات (أي من 100 كارثة بيئية العام 1975 إلى 400 كارثة بيئية العام 2010)، وأن نسبة 48٪ من الكوارث البيئية والطبيعية سُجلت في الفترة مابين 2004 و2011، وأن سنة 2005 شهدت عددا غير مألوف من كوارث البيئة.

حيث كانت هذه السنة نقطة تحول في علاقة الإنسان مع البيئة حسب مؤشرات نظم المعلومات حول إدارة الكوارث البيئية التابعة للفيدرالية الدولية للصليب الأحمر والهلال الأحمر (Shimizu, 2011: 03).

تشكل الزلازل والهزات الأرضية والعواصف المدارية والفيضانات والأمطار الطوفانية ومواسم الجفاف نسبة 94٪ من الكوارث البيئية والتي تهدد - سكان العالم الذين يعيشون في مناطق تتعرض على الأقل مرة كل سنة لواحدة من هاته الكوارث (UESCON, 2008: 21) هذا بالإضافة إلى أخطار الانفجارات البركانية وموجات الحر وحرائق الغابات وانتشار الأمراض والأوبئة، وهذه كلُّها أسباب تُعرض أكثر من 300 مليون شخص في العالم سنويا لآثار ومخاطر كبيرة غالبا ما

تنجم عنها كوارث إنسانية معقدة (CEE, 2013: 03)، ففي تقرير "إيرين Irin" المعنون: "الحد من الكوارث والتكلفة البشرية" الذي نشر في شهر يونيو 2005 على موقع الشبكة [www.irinnews.org] يقدم هذا التقرير صورة شاملة عن الحالة البشرية المؤلمة والرهيبة عند وقوع كارثة بيئية. ووفقا لهذا التقرير، سجلت 800 ألف حالة وفاة بسبب الكوارث في التسعينات من القرن العشرين، وفي عام 2003 وقعت 700 كارثة طبيعية تسببت في موت 75 ألف شخص وخسائر قدرت بما يعادل 65 بليون دولار، وفي ديسمبر 2004 كانت خسائر كارثة "تسونامي Tsunami" في المحيط الهندي مابين 250 و350 ألف حالة وفاة وملايين البشر المشردين الذين يعانون من الآثار الاجتماعية والاقتصادية التي خلفتها الكارثة. (سالي، 2006: 69).

ويتوقع العلماء أن تزداد الأخطار الجوية والآثار المحتملة للاحتباس الحراري والتغيرات المناخية واتساع ثقب الأوزون والأمطار الحمضية. وستشتد موجات المد البحري "تسونامي" وستزداد معدلات درجة حرارة الأرض ومياه المحيطات في السنوات القادمة. وذلك بالإضافة إلى تفشي الفقر والجوع في الأقاليم الفقيرة على الخصوص. حيث يهدد شبح المجاعة في إفريقيا - جنوب الصحراء أكثر من 10 ملايين شخص. وتلتهم أسراب الجراد الشرسة ما يتبقى في كثير من حقول الفلاحين المعدمين في غرب إفريقيا ومن ثم ليس هناك استثناء جغرافي إذن من ضربات الطبيعة.

ففي العام 2005 على سبيل المثال ضرب إعصار "كاترينا Hurricane Katrina" مدينة "نيوأورلينز New Orleans" الساحرة في جنوب الولايات المتحدة وغزت السيول عدة مدن أوروبية (منصور، 2006: 70). الأمر الذي دفع بالعلماء إلى الإعراب عن قلقهم الشديد إزاء الصدمة الإيكولوجية التي تعيشها البيئة في مناطق متفرقة من العالم.

كما دفع ذلك أيضا بالمجتمع الدولي إلى عقد سلسلة من المؤتمرات والاتفاقيات الدولية في محاولة لإيجاد صيغة للتعامل مع أزمات الكوارث البيئية والإنسانية. وكان بداية تلك الجهود في شهر يناير/ جانفي 1990 عندما أعلنت الأمم المتحدة عن انطلاق العقد الدولي للحد من الكوارث (1990-1999) الذي يهدف إلى محاولة

تأسيس نهج متكامل للتعامل مع الكوارث البيئية من خلال الحصول على معلومات لتطبيقها في نظم أوسع للتنبؤ والإنذار المبكر وتحسين التأهب للكوارث وتغيير السلوك القدري في بعض الأحيان تجاه الكوارث. (كمال طلبة، 2006: 55).

إن مسألة اتقاء الكوارث البيئية والإنسانية وتخفيف حدتها من الموضوعات العشرين التي تمثل أهم المسائل العاجلة في القرن الحادي والعشرين، بالنظر إلى ازدياد نطاق وتكرار هذه الكوارث وما تخلفه من آثار تدميرية تسبب معاناة طويلة الأمد للإنسان خاصة في الأقاليم الفقيرة، وهو ما جعل المجتمع الدولي يُدرج مسألة الحد من الكوارث من مسؤولياته الأساسية، تم التأكيد عليها في التقرير المقدم للجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الـ 59 شهر سبتمبر 2004، حول ما تم إنجازه في هذا المجال، واستعراض إستراتيجية "يوكوهاما Yokohama" العام 1994 من أجل "عالم أكثر أمنا" والمبادئ التوجيهية التي دعت إليها لاتقاء الكوارث البيئية والتأهب لها والتخفيف من حدتها (أبو عامود، 2006: 61)، وفي إطار هذه الإستراتيجية أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم: [58/214] والقاضي بعقد المؤتمر العالمي للحد من الكوارث بين 18 و22 يناير/جانفي 2005 في مدينه "كوبيه K'be" بمقاطعة "هيوجو Hy'go" في اليابان بحضور 154 دولة منها 12 دولة عربية. وتمخض عن هذا المؤتمر إعلان "كوبيه-هيوجو (2005-2015) (K'be- Hy'go) تحت شعار "بناء قدرة الأمم والمجتمعات على مواجهة الكوارث". وهو عبارة عن مجموعة من الإرشادات والمؤشرات للوقاية والاستعداد والتأهب تحقيقا للاستجابة الفعالة والطارئة والانتعاش وإعادة البناء بعد الكارثة البيئية. (عبد المجيد علي، 2006: 64، 65).

ورغم هذه الأزمات والكوارث الإنسانية والبيئية، فإن "بوشون دو فيل Bau-chant Deville" يرى أن نسبة 80٪ مما كُتب في مجال إدارة الأزمات والكوارث جاء بعد العام 1988 باستثناء بعض الأدبيات والإشارات التي رُصدت في دراسات علمية سبقت هذه المرحلة لأن تأصيل علم الأزمات والكوارث يعد جديدا نسبيا. فمنذ ثلاثين عاما تقريبا بدأت جهود بعض الأكاديميين في الولايات المتحدة الأمريكية في تأسيس مركز للبحث في الأزمات والكوارث وإنشاء قواعد بيانات خاصة بالسلوك أثناء الطوارئ والكوارث البيئية وأبحاث معمقة في مجال إدارة

الكوارث والحوادث من مختلف الأنواع في مناطق متفرقة من العالم. ويضم هذا المركز فروعا له في "ألمانيا، بريطانيا، فرنسا، اليابان، الصين وبعض بلدان أمريكا الجنوبية" (Lagadec,1991: 14).

وفي هذا الصدد فإن لوسائل الإعلام من صحف وإذاعة وتلفزيون وغيرها من وسائط الإعلام المختلفة دورا مهما يتعين أن تقوم به في خلق الوعي ونشر المعلومات بشأن هذه الكوارث. ونلاحظ أن التغطية الإعلامية لكارثة "تسونامي" في المحيط الهندي في 2004 وزلزال "سيشوان Sichuan ou Sseu-Tch'ouan" الذي ضرب الصين، وإعصار "نرجس Hurricane Nargis" في "ميانمار Myanmar" العام 2008، والزلزال الكارثي الذي ضرب "هايتي Haïti" العام 2010، وكثيرا من الكوارث المفجعة التي يشهدها العالم سنويا. ويكمن دور وسائل الإعلام في إثارة انتباه الرأي العام في العالم ومساندة جهود الإغاثة وتقديم المساعدات من خلال نشر المعلومات بوتيرة سريعة وتوضيح خلفيات وأسباب وقوع هذه الكوارث ومساءلة المسئولين عن التدابير المتخذة بشأن أي كارثة بيئية أو إنسانية وحلولها المتوقعة.

ومما يؤسف له، أن هذه التغطية لم تعمل على إحداث تغييرات في السياسات والتشريعات المطلوبة لإنقاذ الحياة وحماية سبل كسب العيش، فلا تزال الحكومات تتلكأ في تنفيذ سياسات الحد من مخاطر الكوارث. كما أنها لا تزال تتعامل بطريقة رد الفعل مع طوارئ الكوارث بدلا من البحث عن طرق الوقاية منها.

ونظرا لهذا الدور المهم للإعلام في إدارة الأزمات والكوارث الإنسانية والبيئية، سوف تتناول هذه الورقة الخطة الإعلامية في إدارة الأزمات والكوارث وإعلام الأزمات والكوارث الإنسانية والبيئية. ثم تقدم مختلف النماذج الإعلامية التي يمكن اللجوء إليها في إدارة الكوارث. وقبل التطرق إلى موضوع هذه الورقة يجدر بنا تحديد بعض المفاهيم.

1. تحديد المفاهيم:

1.1. مفهوم الكارثة البيئية والإنسانية:

يعود أصل كلمة "Catastrophe" إلى الكلمة اللاتينية "Katastrophe" التي تعني حدث مفاجئ يسبب خللا واضطرابا، قد يؤدي إلى خسائر في الأرواح والممتلكات

(Brugnot, 2001: 05) الكارثة هي نقطة تحول في حياة الفرد أو المنظمة (Oxford, 1992: 194)، تتحدد في ضوئها أحداث المستقبل التي تؤدي إلى تغيير كبير (Random, 1969: 491)، يؤثر على أمن الإنسان أو البيئة ويجعل العمل يسير بشكل معاكس عما قرر له (Bland, 1998: 05)، كما تتضمن خطرا وعواقب سلبية (Webster, 1997: 275).

تعرف الكارثة البيئية أو الطبيعية بأنها: الأوضاع أو الحالات التي تسبب مشكلات بالغة التعقيد في حياة البشرية يشعر خلالها الإنسان بالتوتر والقلق والخوف وانعدام الأمن (Amos et Walter, 2011: 01)، كما تشكل خطرا على حياة الإنسان وممتلكاته وعلى الاقتصاد والبيئة (ONU, 2008: 47)، حيث تصيب البناء الاجتماعي بالهشاشة والعجز، خاصة توفير المستلزمات الضرورية لاستمرار المجتمع (الشهلان، 2002: 27)، كالحاجة إلى الغذاء والكساء والمسكن والعناية الطبية والخدمات الاجتماعية الأخرى (العصيمي، 1994: 130)، وهي مستلزمات تفوق قدرة بعض المجتمعات – المتضررة بفعل الكوارث البيئية – على توفيرها أو التعامل معها بمواردها الذاتية (العمرو، 2002: 01)، لذلك يتطلب التعامل معها جهودا تعاونية لمواجهتها والحد من آثارها التدميرية.

2.1. مفهوم إدارة الكوارث البيئية والإنسانية:

يُرجع الباحثون أصول "إدارة الكوارث" إلى الإدارة العامة وذلك للإشارة إلى دور الدولة في مواجهة الكوارث العامة المفاجئة وظروف الطوارئ مثل الزلازل والفيضانات الأوبئة والحرائق والغارات الجوية والحروب الشاملة.

فإدارة أزمات الكوارث هي نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بأماكن واتجاهات الكارثة البيئية أو الإنسانية المتوقعة وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم فيها والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة. وتعني إدارة الكارثة عموما: عملية التخطيط والتدريب بهدف التنبؤ بالكوارث لمواجهتها والوقاية منها واكتساب خبرات جديدة في التعامل مع الكوارث في المستقبل (شومان، 2002: 23، 24)، وترتكز إدارة الكوارث على تخفيض الآثار السلبية للكارثة (Quarantelli, 1980: 22)، وضمان عودة الأوضاع بأسرع وقت وأقل تكلفة وأكبر قدر من الكفاءة والفاعلية (عياطرة ومروان، 2008: 87)، حيث ترتبط هذه الميزات ترتبط بفريق

إدارة الكارثة والإمكانيات المادية والبشرية المتاحة (حواش وعبد الله، 2006: 46)، ولا يمكن إدارة الأزمات والكوارث إلا من خلال مقومات معينة.

3.1. مقومات إدارة الأزمات والكوارث:

إن التعامل مع الموقف الكارثي وإدارة الأزمات يتطلب استخدام عدة أساليب متقدمة تعمل على تهيئة المناخ المناسب للتعامل مع الكارثة، وفي الوقت ذاته تتيح لفريق التعامل مع الكوارث حرية الحركة بالكامل.

وتحتاج إدارة أزمات الكوارث إلى احتياجات ومهارات خاصة، يطلق عليها البعض مصطلح "الإدارة بالاستثناء Management By Exception". حيث تخرج الأوامر الإدارية عن مسارها المعتاد، وعن الهيكل التنظيمي القائم وتصبح السلطات مسندة إلى "فريق عمل" لديه كافة الصلاحيات والمسؤوليات للتعامل مع الكارثة البيئية والإنسانية. ويمكن أن نحدد أهم مقومات الإدارة الفعالة لأزمات الكوارث البيئية والإنسانية كما يلي:

- **تبسيط الإجراءات وتسهيلها**: حيث لا يجوز إخضاع الكارثة للتعامل بنفس الإجراءات التقليدية لأن الكارثة البيئية والإنسانية عادة ما تكون عنيفة ومعقدة ومن ثم فإن تجاهل عنصر الوقت يؤدي إلى مزيد من التأزم. فالأمر يتطلب التدخل السريع والحاسم من خلال تبسيط الإجراءات مما يساعد على التعامل مع الحدث الكارثي ومعالجته.

- **إخضاع الكارثة للمنهجية العلمية**: لا يجوز التعامل مع الكارثة البيئية بشكل عشوائي-ارتجالي أو بانتهاج سياسة الفعل ورد الفعل، بل يتم التعامل معها بشكل سليم يعتمد على التخطيط والتنظيم والتوجيه والمتابعة بهدف تأكيد عوامل النجاح وحماية المجتمع من أي تطورات غير محسوبة قد يصعب عليه تحمل ضغطها.

- **تقدير الموقف الكارثي**: لابد أن يشمل تقدير الموقف الكارثي تحليلاً كاملاً لأسباب الكارثة البيئية أو الإنسانية وتطوراتها تحديدا دقيقا وشاملا للقوى الصانعة لها والمساعدة عليها، والمؤثرة فيها. ثم يتم تقدير القدرات والإمكانات المتاحة لدى الجهة المسئولة عن إدارتها وذلك من خلال جمع المعلومات الدقيقة عن أبعاد الكارثة، والتنبؤ باحتمالات تطور أحداثها وإمكانية السيطرة عليها.

- **تحديد الأولويات**: بناء على تقدير الموقف الحالي والمستقبلي لأحداث الكارثة، توضع الخطط والبدائل التي يتم ترتيبها في ضوء الأولويات التي تم تحديدها وفق معايير معينة.

- **تفويض السلطة**: يعد تفويض السلطة محور العملية الإدارية سواءً في إدارة الكوارث أو في نطاق فريق المهام الأزموية. ويتطلب ذلك منح السلطة لكل فرد من أفراد الفريق المناط به معالجة أزمة الكارثة لتحقيق عمله المحدد؛ وفي الوقت ذاته على الفرد أن يعرف المهام والأنشطة التي يتوقع منه إنجازها.

- **فتح قنوات الاتصال**: تحتاج إدارة الكارثة البيئية إلى كم مناسب من المعلومات وإلى متابعة فورية لتداعيات أحداث الكارثة وسلوكيات أطرافها ونتائج هذه السلوكيات، ومن ثم فإن فتح قنوات الاتصال يساعد على تحقيق هذا الهدف.

- **الوفرة الاحتياطية الكافية**: تحتاج الكارثة إلى الفهم الكامل لأبعاد الموقف الناشئ عن التواجد في موقع الكارثة. كما تحتاج إلى الدعم المادي والمعنوي الذي يساعد على سرعة التصدي للأحداث وتوظيف القوى البشرية التي تساعد -دون شك - في عمليات إدارة الكارثة وإتاحة فرصة العمل التطوعي وفق أسس مدروسة.

- **التواجد المستمر في مواقع الكارثة**: لا يمكن معالجة أزمة كارثة بيئية أو إنسانية في ظل تغييب للمعلومات الخاصة بها لدى متخذ القرار. لذا فإن التواجد في مواقع الكارثة يعمل على تأمين تدفق كم مناسب من البيانات الكافية لمتخذ القرار في إدارة الكارثة.

- **إنشاء فرق مهمات خاصة**: بالنظر إلى تباين الكوارث واختلاف طبيعتها فإنه من الضروري إنشاء فرق خاصة للتدخل السريع عند الحاجة إليها، على أن تخضع هذه الفرق لتدريب خاص وعالٍ حسب نوع وحجم المهمة بحيث يمكن الاستفادة منها في الجوانب الأمنية. كما يجب الاستفادة من الدول الأخرى وذات السبق في هذا المجال.

- **توعية الرأي العام**: لا يمكن مواجهة أي كارثة بفاعلية دون إعلام وتوعية الرأي العام، حيث أن توعيتهم بدورهم أثناء الكارثة يؤدي إلى المساعدة في مواجهتها، مما يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في هذا الإطار. كما أنه

يتطلب حملة إعلامية على كافة المستويات تستخدم كافة وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري من أجل توضيح الإجراءات المستخدمة في مواجهة الكارثة والمساعدة التي ينتظر منهم تقديمها.

- **الخطة الإعلامية في الكارثة:** تعد الخطة الإعلامية من أهم مقومات إدارة الكوارث، والضرورة تحتم وجود سياسة إعلامية قبل وأثناء وبعد الكارثة. ونظراً لما للإعلام من أهمية كبرى في إدارة الكوارث، عادة ما يتم تعيين متحدث رسمي على قدر من الكفاءة والتأهيل والخبرة بحيث يتولى الإدلاء بكافة التصريحات عن الكارثة البيئية.

2. إعلام الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية:

يعرف إعلام الأزمات بأنه مجموع العمليات التي تقوم بها وسائل الإعلام قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمات والكوارث من أجل إعلام الجمهور وإخباره عن مختلف الأحداث المؤدية أو المسببة للكوارث، ليس في حدود أوطانها فحسب بل في كل أنحاء العالم. وتشير الأدبيات في مجال إدارة الأزمات إلى وسائل الإعلام بوصفها من أبرز آليات التعامل مع الأزمات والكوارث في المجتمعات الحديثة. وقد تناول الكثير من هذه الأدبيات تطور دور وسائل الإعلام بتطور مراحل عمر الأزمة والكارثة بداية من الدور التحذيري في المراحل المبكرة من عمر الكارثة مرورا بالدور الإخباري التوجيهي في فترة انفجار الكارثة وانتهاء بالدور الوقائي في فترة انحسار أزمة الكارثة أو ما يعرف بما بعد الكارثة.

1.2. سمات وخصائص إعلام الأزمات والكوارث:

بسبب المزيج المعقد الذي يميز الكوارث البيئية والإنسانية، فإن التناول الإعلامي لها يكون -أيضا- متميزا بخصائص وسمات تجعل الإعلام فعالا ومساعدا على رفع مستوى وعي الرأي العام بها وإدارتها على النحو الذي يساهم في تقليص تهديدات الكارثة البيئية وتبعاتها السلبية إلى أقل مدى ممكن وفيما يلي خاصيتين أساسيتين تميزان إعلام الأزمات والكوارث:

- **توازن التناول الإعلامي مع تهديدات الكارثة البيئية:** والمقصود هنا عدم الميل إلى التهويل والتضخيم والتصعيد، الذي يؤدي إلى مزيد من الإثارة والقلق في

أوساط الرأي العام. ولا يميل أيضا إلى التهوين الذي يقلص من الحجم الحقيقي لأخطار الكارثة البيئية على نحو غير واع يولد مزيدا من الأزمات والتداعيات المعقدة على المدى القريب أو البعيد. ويرتبط توازن الأداء الإعلامي بعدة محددات من أهمها: التوازن في تناول سلبيات وإيجابيات أزمة الكارثة البيئية والإنسانية و التوازن في تغطية الكارثة من وجهات نظر ورؤى مختلفة. وكذلك التوازن في التعامل مع مصادر المعلومات الرسمية والنخبوية والجماهيرية على حد سواء.

- **شمول وتكامل التناول الإعلامي**: لأبعاد الكارثة البيئية وخلفياتها وتداعياتها. والمقصود هنا سرعة تزويد قطاعات الرأي العام بالمعلومات حول الكارثة البيئية والأخذ بعين الاعتبار عامل الزمن والاستمرار في متابعة تفاصيل الكارثة. إلا أن المعلومات لا تكون كافية لتشكيل رأي عام واع ومستنير حول الكارثة البيئية الواقعة وسبل التعامل معها ومواجهتها خاصة وأن الكارثة البيئية عادة ما تأتي فجأة الأمر الذي يستدعي تقديم خلفية عنها وتفاصيلها وعوامل حدوثها وعلاقة الإنسان بها وأهم الأطراف الفاعلة فيها وفي حلها.

2.2. أهمية الإعلام أثناء وقوع الكوارث البيئية والإنسانية:

يحظى البعد الإعلامي في إدارة أزمات الكوارث البيئية والإنسانية بأهمية متصاعدة نظرا للدور الوسيط الذي تقدمه وسائل الإعلام فيما يتعلق بالحدث أو مجموعة الأحداث التي سببت الأزمة وضحاياها وعناصر المصداقية أو الثقة والسلوكيات وردود الأفعال الواجبة لمواجهة الأزمة وتوقعات الخبراء والمحللين وأخلاقيات التعامل مع الأزمة والدروس المستفادة من إدارة الأزمة (http:// www.e911.com/monis/A001.html, retrieved March, 03, 2014)، وبناء الوفاق الاجتماعي وتخفيف التوتر والقلق وإدارة الرأي العام أثناء وقوع الأزمة والكارثة البيئية (Fall, 2004: 252) وهذا لتوفر هذه الأخيرة على عناصر الإثارة والتهديد ومحدودية الوقت بالإضافة إلى عنصر المفاجأة (البحيري، 2008: 25)، وكذلك توفر الشواهد والأدلة التي تنذر بوقوع الكارثة البيئية وتفاقمها بشكل تدريجي لأن العلاقة بين المشكلة والأزمة وثيقة الصلة. فقد تكون المشكلة سببا للأزمة (عياطرة ومروان: 76)، حيث يمكن لوسائل الإعلام إيقاف تطور أزمة الكارثة البيئية، فكلما

ساهمت أجهزة الإعلام في تأصيل موضوع الكارثة ضمن جدول أولوياتها (شومان، 2002: 36، 37).

كان حصاد ذلك مزيدا من الوعي والحيطة والحذر لدى كافة الشرائح الاجتماعية. لذلك فإن لوسائل الإعلام دورا مهما في إعلام الجماهير وتوسيع مداركها ومسؤولياتها البيئية (العوضي، 2002: 03).

ويتوقف نجاح هذه العملية على مدى توفر الإمكانيات الإعلامية المتاحة، وتحديد الجماهير المستهدفة وخصائصها والأساليب المطلوبة للتأثير فيها (بهنسي، 2010: 283-287)، وتوثيق الصلة بين الجماهير والعلماء والجهات المعنية بحماية البيئة، وعرض الأخبار البيئية وقضاياها بشكل مبسط دون قصر الرسالة الإعلامية على مشكلات التلوث والجوانب السلبية للبيئة (العبد عبيد، 1993: 209).

ويستمد الإعلام أهميته زمن وقوع الكوارث من قدرته الهائلة على التأثير وتوجيه الرأي العام والجماهير واحتواء تداعيات الكارثة وتأثيراتها السلبية ودعم المواقف وتجلية الحقائق وتهدئة النفوس. وتعبئة الصفوف وحشد الطاقات باتجاه الخطط الموضوعة لضمان أسلم مخرج من الكارثة. وبذلك يعد الإعلام وسيطا بين بؤرة الكارثة والجماهير العريضة من خلال إشباع حاجتهم إلى المعلومات لأن مقاومتهم أثناء الكوارث تضعف ويصبحون عرضة للتأثر بأية رسائل إعلامية أخرى وأكثر عرضة و قابلية للاختراق (خضور، 1999: 69).

2.3. التخطيط الإعلامي لإدارة الرأي العام أثناء وقوع الكارثة البيئية والإنسانية:

يعني التخطيط الإعلامي اتخاذ التدابير العملية للاستفادة المثلى من الإمكانيات المتاحة والكفاءات الإعلامية لتحقيق أهداف واضحة مستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة. كما يعني إعداد برامج إعلامية متكاملة يجرى الإعداد لها وتنفيذها تنفيذا فاعلا بأجهزة إدارية وتنظيمية وتقويمية قادرة (كرم سليمان، 1992: 22)، ويعتمد التخطيط الإعلامي على البحوث العلمية للتعرف على اتجاهات الرأي العام والجماهير والظروف المحيطة بها، لذا فإن المتعارف عليه هو تمثيل الهيئات الإعلامية وقياداتها العليا في أجهزة وهيئات التخطيط، فالإعلاميون بحكم دراستهم للرأي العام وطرق قياسه يعرفون التوقيت المناسب لإصدار النظم والتعليمات

الجديدة والإعلان عن المشروعات المقترحة والآثار المتوقع أن تترتب على القرارات التي تتخذها السلطات العليا (إمام، 1992: 42).

يهدف التخطيط الإعلامي لمواجهة الكوارث والأزمات إلى تقديم الدعم والمساندة الإعلامية الفعالة لفريق إدارة أزمة الكارثة البيئية والإنسانية وتلافي تداعياتها وحسم بعض فصولها في مراحلها المبكرة، خاصة ما تعلق بإدارة قطاعات الرأي العام نحو السلوكيات المرغوبة والتي تساهم بدورها في تخفيف حجم الكارثة كالمشاركة في جهود الإنقاذ والإسعاف والإخلاء والتجاوب مع تعليمات الأمن والسلامة التي تقي التعرض للأخطار، ويعتبر التعامل مع الكارثة البيئية والإنسانية أحد الشروط التي يفترضها التخطيط الإعلامي حيث تمثل مجموعة العوامل الموضوعية التي تحوي الأنماط السلوكية في تشكيلها للأفراد والجماعات على حد السواء. وتساهم في تكوين تصوراتهم عن المجتمع والعالم الذي يحيط بهم. ويمكن تحديد خطوات التخطيط الإعلامي لإدارة الرأي العام أثناء وقوع الكارثة البيئية والإنسانية كالآتي:

- **تحديد طبيعة الكارثة والمخاطر المحتملة**: يستدعي تصميم الخطة الإعلامية لمواجهة الكارثة البيئية تحديد طبيعتها من خلال تشخيصها وجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بكل جوانبها، ثم قراءتها بدقة وتفسيرها من أجل فهم صحيح للظاهرة (خضور، 1988: 41).

- **تحديد الأهداف**: تنقسم أهداف الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات والكوارث الطبيعية إلى أهداف عامة وأخرى خاصة حيث تتسم الأهداف العامة بدرجة عالية من الثبات، فيما تتميز الأهداف الخاصة بدرجة عالية من المرونة والقابلية للتغير، غير أن الهدف الأساسي للخطة الإعلامية هو ضمان إدراك وفهم الرأي العام لطبيعة الكارثة ورفع مستوى وعيه بالمخاطر المحتملة للكارثة وأبعادها الاجتماعية والاقتصادية والأمنية. ومن تم إكساب أفراد الرأي العام مهارات وخبرات تساعدهم في كيفية التعامل مع الكارثة البيئية وزيادة قدرتهم في التخفيف من حجمها وتداعياتها وتحمل المسؤوليات عند وقوعها والمشاركة في عمليات الإنقاذ والإخلاء والإيواء وإعادة البناء والإعمار بعد زوال انحسار الكارثة البيئية.

تحديد الجمهور المستهدف: يعد تحديد الجمهور المستهدف عملية دقيقة جدا، غير أنها توفر كثيرا من الجهد والوقت والتكلفة. وتعتمد عملية تحديد الجمهور على قاعدة واضحة من البيانات والمعلومات من خلال مسوح الجمهور للتعرف على سماته من أجل توجيهه عند وقوع الكارثة البيئية.

ففي معظم الأحيان يرغب كثير من أفراد الجمهور في معرفة ما هو مطلوب منهم لتقديم المساعدة – المال أو بالطعام أو الملبس أو المستلزمات الطبية أو الجهد العضلي– ويمكن لوسائل الإعلام أن تعطي التعليمات الخاصة بكيفية توصيل المساعدات والإغاثة إلى المنطقة المنكوبة.

تحديد الوسائل والإمكانيات: يقصد بذلك الإمكانيات المادية والفنية والكفاءات البشرية المدربة والتقدير السليم لحجم الأنشطة المطلوبة والجماهير المستهدفة وتكلفة ذلك والموازنة بين الإمكانيات المتاحة والمطلوبة وسد العجز في جملة هذه الإمكانيات. ويدخل في جملة هذه الإمكانيات لتنفيذ خطة إعلامية البرامج الإذاعية والتلفزيونية ومساحة النشر في الصحف. ويتم ذلك بالتنسيق مع أجهزة الإعلام العمومية والخاصة ودور النشر والإعلان وغيرها من الوسائط التي ترفع من درجة فاعلية إدارة الكارثة البيئية والإنسانية والرأي العام.

إعداد الرسالة الإعلامية: تعد الرسالة الإعلامية من الأدوات المهمة في التأثير على أفراد الجمهور والرأي العام لتغيير سلوكياتهم واتجاهاتهم ومواقفهم أثناء وقوع الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية بهدف إنتاج سلوك معين مرغوب فيه وتوحيد أفراد الجماهير وتعبئتهم لضمان تعاونهم في مواجهة الكارثة، لذلك يتفق الخبراء على أن هناك معايير ينبغي توفرها في الرسالة الإعلامية، وهي كالآتي:

- أن تلبي الرسالة حاجيات الجمهور من المعلومات حول تفاصيل الكارثة البيئية.
- أن تكون الرسالة الإعلامية ذات مصداقية عالية، أي دون تحريف أو تزييف.
- الفورية والحداثة في نقل مضمون الرسالة لحظة وقوع الكارثة الطبيعية.
- الدقة والموضوعية والوضوح والضمنية واستخدام الاستمالة المنطقية والعاطفية.
- تكرار مضمون الكارثة الطبيعية مع التنويع ومراعاة الوقت والمساحة.

3. مراحل إدارة وسائل الإعلام للرأي العام أثناء الكارثة البيئية والإنسانية

تثير ظروف أي كارثة بيئية أو إنسانية انتباه رجال الإعلام في كثير من المؤسسات الإعلامية بحيث تصبح مادة مهمة تتناقلها المؤسسات الإعلامية التي يتزايد -عادة- نشاطها في مثل هذه الظروف. ويكون الهدف من وراء ذلك نقل المعلومات حول الكارثة وشرحها وإثارة انتباه الجماهير العريضة والرأي العام، ومن ثم إدارته وتوجيهه من أجل التخفيف من آثار الكارثة. ففي كثير من الأحيان تساهم وسائل الإعلام قبل وقوع الكوارث البيئية والإنسانية وأثناءها وبعدها في التخفيف من آثار هذه الكوارث وتمر عملية توجيه الجمهور أثناء وقوع الكارثة عبر أربعة مراحل هي:

3.1. مرحلة الإنذار المبكر بوقوع الكارثة البيئية:

يعتبر الإنذار المبكر عنصرا حاسما في الحد من مخاطر الكوارث البيئية التي تؤدي في الغالب إلى كوارث إنسانية. وهذا ما جعل الأمين العام للأمم المتحدة "وفي عنان Kofi Annan" يقول خلال المؤتمر العالمي للحد من الكوارث الطبيعية أنه: "لو كان هناك نظام للإنذار المبكر عندما حدث "تسونامي" 26 ديسمبر/كانون الأول 2004 وضرب منطقة المحيط الهندي، لكان من الممكن إنقاذ آلاف من الأرواح التي ماتت. لقد كانت الكارثة دعوة لصحوة الحكومات وغيرها حول الدور الذي يمكن أن يقوم به الإنذار المبكر في تجنب والحد من الآثار المادية والبشرية للأخطار الطبيعية" (منظمة الأمم المتحدة، 2009: 62، 63)، غير أن فاعلية الإنذار المبكر بالكوارث تتوقف على مدى توفر المعلومات في الوقت المناسب، وضرورة نشرها بما يتيح للأفراد المعرضين للخطر معرفة طبيعة المخاطر، بشكل يسهم في تجنبها والاستعداد للاستجابة الفعالة (الأولوية رقم: [02] و[05] من إطار عمل إعلان "كوبيه-هيوجو K'be- Hy'go"). لذلك فإن من ضمن توصيات المؤتمر العالمي الثالث للإنذار المبكر المنعقد في مدينة "بون Bonn" في العام 2006 التأكيد على دور وسائل الإعلام والاتصال في تحسين نوعية معلومات الإنذار المبكر ونقلها ونشرها بسرعة ووضوح، بما في ذلك التوجيهات حول كيفية التصرف بناء على معلومات الإنذار المبكر، بما يتيح فرصة لتخفيف حجم الكارثة البيئية.

تنقل عادة وسائل الإعلام بالتنسيق مع نظم الإنذار المبكر أو منظمات الأرصاد الجوية ومراكز البحوث في الكوارث والأخطار الكبرى، سلسلة من إشارات الإنذار المبكر أو الأعراض التي تنبئ باحتمال وقوع كارثة بيئية بغية تحذير أفراد الجمهور والرأي العام المحلي من مخاطرها وتهديداتها وتوسيع مداركه بما له من حقوق وما عليه من واجبات أثناء وقوع الكارثة البيئية المدمرة (طاهر وبرغي، 1987: 13)، ففي »السويد« مثلا تلقت كارثة "تلوث الأسماك" تغطية إخبارية متميزة قبل وقوعها مما جنب وقوع كارثة صحية. والأمر كذلك بالنسبة لكارثة تلوث مياه البحيرات الكبرى في "كندا" (الربيعي، 1993: 139).

ونتيجة لتكرار التغطية الإعلامية، أصبح الرأي العام على علم بخطورة الكارثة لما لها من ارتباط وثيق الصلة بحياته اليومية وبكثير من الأوضاع الطبيعية (الحناوي، 1990: 89)، ولما لها من أثر كبير في انتشار الوعي البيئي لدى الرأي العام لمواجهة تداعيات الكثير من الكوارث البيئية والطبيعية (العبد عبيد، 1993: 209).

3.2. مرحلة الإعلام والإخبار بوقوع الكارثة البيئية:

تروج وسائل الإعلام في هذه المرحلة لضرورة حل أزمة الكارثة بصرف النظر عن تكاليفها من خلال عرض النماذج الحسنة، وهو ما يدفع الرأي العام إلى تجنب القلق والاضطراب. كما تعمل على توثيق الصلة بين الرأي العام والعلماء والجهات المهتمة بحماية البيئة والطوارئ ومواجهة الكوارث البيئية وعرض الأخبار عن الكارثة البيئية وقضاياها بشكل مبسط دون قصر الرسالة الإعلامية على مشكلات الكارثة وجوانبها السلبية (الربيعي، 1993: 141)، وتجنب التطرق إلى الجوانب المأساوية أو التهويل المبالغ فيه، ويمكن أيضا توجيه الرأي العام إلى ضرورة تسوية الأمر من خلال التعاون لمواجهة الكارثة لتحقيق الأمن في شتى صوره. وتظهر في هذه المرحلة نوعين من ردود الأفعال (علي صالح97، 2003):

- يظهر اهتمام للرأي العام، ولكن لا يفعل شيئا لأنه يدرك صعوبة وتكلفة حل الكارثة البيئية أو الإنسانية.
- يشعر أفراد الرأي العام بالقلق، ويكتفون بمتابعة تداعيات الكارثة البيئية فقط.

3.3. مرحلة التناقص التدريجي لدرجة الاهتمام العام بالكارثة البيئية:

تتناقص درجة الاهتمام بالكارثة بشكل تدريجي، وتظهر ثلاث ردود أفعال نذكرها كالآتي:

- يشعر بعض أفراد الرأي العام بالإحباط وعدم الرغبة في الاهتمام بالكارثة البيئية.
- يشعر آخرون بأنهم مهددون بمجرد التفكير في المشكلات التي خلقتها الكارثة البيئية.
- يمل بعض أفراد الرأي العام من موضوع الكارثة البيئية ويتجنبون التفكير فيه.

يجب الإشارة إلى أن معظم أفراد الرأي العام يتكون لديهم نوع من التداخل بين كل هذه المشاعر. وفي هذه الحالة فإن نوع آخر من المشكلات يستحوذ على اهتمام الرأي العام (Parleur & Zow, 1987: 09).

3.4. مرحلة ما بعد الكارثة البيئية:

تتحول أخبار الكارثة البيئية إلى دائرة الاهتمام الأقل، ولكن في هذه المرحلة يختلف الاهتمام بالنظر إلى درجة اهتمام وسائل الإعلام بقضايا الكارثة التي تصبح في منتصف حلقة اهتمام الرأي العام. حيث يزداد مؤشر الوعي الجماهيري وينتظر خطوة الإجراءات العملية لاختيار بدائل حل مشكلات الكارثة البيئية (خضور، 1987: 38)، وأرجعت إحدى الدراسات الكندية أن الاهتمام الجماهيري بالكوارث يتوقف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بموضوع الكارثة.

4. النماذج الإعلامية لإدارة الرأي العام زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية:

لقد ظهرت عدة نماذج إعلامية لإدارة الرأي العام زمن الأزمات والكوارث البيئية والإنسانية، الغاية منها تجنيب وسائل الإعلام التركيز على المبالغة والتهويل ونشر الذعر والإثارة الزائدة، أو الحجز والتعتيم الإعلامي أو التبعية الإعلامية سواء بالنسبة للسلطة أو للنظام الإعلامي الدولي وفق علاقات القوى والسيطرة على مصادر المعلومات وكثيرا من عيوب التشخيص الإعلامي التي تقع فيه الكثير من مؤسسات الإعلام خلال التعاطي مع مختلف أطوار أزمة أي كارثة بيئية مدمرة. وهو ما من شأنه أن يفقد الرأي العام توازنه ويزيد -حتما- من تعقد الأزمة البيئية أو الإنسانية. وتتمثل هذه النماذج في الآتي:

4.1. النموذج الإعلامي التحذيري-المواجهي:

إن نقل ونشر وسائل الإعلام لمعلومات مسبقة حول احتمال وقوع كارثة بيئية هو عنصر لا غنى عنه في عملية إدارة الرأي العام والتحكم فيه وتوجيهه وإثارة الوعي العام. قصد تلافي الكارثة أو التخفيف من حجم تأثيرها. غير أنه أمر معقد عندما تكون إشارات الإنذار المبكر خافتة أو مشوشة أو خادعة. وقد لا تملك المؤسسة الإعلامية عناصر جذب انتباه الرأي العام إلى هذه الإشارات، كما قد يتعمد بعض أصحاب القرار حجب إشارات الإنذار أو التهوين من شأنها أو إنكارها أو مهاجمة من يريدون إثباتها، مما يعيق الاستعداد المسبق لها، أو حتى احتمال مقدار الخسائر المتوقعة (Mitroff & Gus, 2001: 102)، و تعمل وسائل الإعلام بالتنسيق مع أنظمة الإنذار المبكر والتنبؤ بالكوارث -في أغلب الأحيان- على نقل المعلومات الكمية والنوعية المفصلة حول طبيعة أخطار الكارثة والانعكاسات الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية التي تنجم عنها. ويهدف ذلك الاستخدام للمعلومات من قبل وسائل الإعلام إلى التحضير النفسي لشرائح الرأي العام المختلفة بأنه تم إعلان حالة الطوارئ، بعيدا عن الإثارة والتهويل والتخويف من أجل الحفاظ على استقرار الرأي العام وتجنب الاضطراب والفوضى الذي من شأنه أن يزيد من الأزمة تعقيدا.

بعد إعلان حالة الطوارئ بواسطة وسائل الإعلام المختلفة يزداد الطلب على المعلومات حول مدى جسامة الكارثة البيئية ونتائجها المحتملة. لذلك يعمد صناع القرار في كثير من البلدان إلى استعراض برنامج التأهب والاستعداد لمواجهة الكارثة أمام الرأي العام عبر وسائل الإعلام ومناقشة مختلف الإجراءات والتدابير والسياسات التي ستتخذ والترتيبات والمسئوليات والإمكانيات المادية والبشرية المتاحة التي يمكن تسخيرها لمواجهة الوضع.

كل ذلك يندرج ضمن خطة إدارة الرأي العام ودمجه ضمن برنامج التأهب كطرف مهم وفعال في مواجهة الكارثة البيئية أو الإنسانية. والهدف من ذلك تعزيز ثقة الرأي العام بمقدرة النظام على مواجهة الكارثة، أو نشر الوعي العام بضرورة الاستعداد المادي والمعنوي للأفراد والجماعات في إطار برنامج المواجهة. كما يقطع ذلك الطريق أمام انتشار الإشاعات والمعلومات المغلوطة والمضللة حول مدى الجاهزية والاستعداد لمواجهة الكارثة.

4.2. النموذج الإعلامي الإخباري-التوجيهي أو "إدارة الأزمة" Crisis management

يساعد تقديم المعلومات بوضوح من طرف وسائل الإعلام على تجنب الإشاعات والمعلومات المغلوطة التي تزيد من سوء الفهم والغموض حول الكارثة البيئية (http://www.instituteforpr.org, retrieved March, 05, 2014). حيث يُحتم وصول الأزمة أو الكارثة البيئية إلى ذروتها تحمل المخاطر والأضرار. ومن ثم فإن الجهد الرئيسي الذي تلعبه وسائل الإعلام سوف يتمثل في محاولة تقليل هذه المخاطر واحتواء تداعياتها من خلال إتباع تغطية (تحليلية ?تفسيرية ?نقدية) بتناول الأبعاد المختلفة للأزمة وتحليل أسبابها وإلقاء الضوء على الأطراف المختلفة للأزمة. كما لابد من اعتماد المعلومات من مصادر موثوق بها كالخبراء والمتخصصين وقادة الرأي العام (عادل صادق، 2007: 39، 40)، وذلك أن عدم الثقة يؤدي إلى التفسير غير الصحيح للسلوكيات الواجب اتخاذها، وهو ما يؤثر سلبا على كل الإجراءات اللاحقة ويجعل كل ما هو آتٍ أكثر صعوبة (Boin et all, 2006: 78).

ونظرا لازدياد الحاجة إلى التغطية الإعلامية واتخاذ الطابع العام للتغطية الإعلامية الفورية طابعا إخباريا، يزداد الاحتياج للمعلومات والأخبار ويتضاعف تعرض الرأي العام لوسائل الإعلام باعتبارها الوسيلة الوحيدة الممكنة لمعرفة ماذا يحدث، وهو ما يزيد الأهمية الذاتية للإعلام ويعمق الدور الذي يلعبه في هذه المرحلة من أزمة الكارثة البيئية (خضور، 1999: 95، 96).

4.3. النموذج الإعلامي الوقائي?العلاجي:

يظهر هذا النموذج عند فقدان العوامل الداخلة في الكارثة البيئية، حين تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها لتتحول إلى حدث تاريخي (الجباوي، 2011: 82)، حيث لا يتوقف دور الإعلام في مجرد تفسير الأزمة أو الكارثة البيئية والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد، لتقدم وسائل الإعلام أسلوب التعامل مع الأزمات والمشاكل المشابهة، وتركز على الآليات الايجابية التي يمكن استغلالها وتطويرها مستقبليا في التعامل مع الكوارث (هويدا، 2000: 36-43)، وهنا تصبح وسائل الإعلام مصدرا ثريا للمعلومات إذا أُحسن تصنيفها، ودراستها للاستفادة منها، وعلى الرغم من أن التركيز الأساسي في هذا النمط قد

يكون منصبا على محاولة استفادة توازن كل قطاعات الرأي العام وسيادة إحساس عام بأن عاصفة التوترات والمخاوف قد مضت، إلا أن الإعلام يجب أن يُبدي قدرا من الحذر وسط كل هذه الاتجاهات. فوُصُول الأزمة إلى مرحلة العلاج لا يعني انتهاءها، ولكن يكون تحت هذا القدر من الهدوء انفجار جديد للكارثة البيئية، لذلك فإنه على الإعلام أن يبدي قدرا كبيرا من اليقظة لالتقاط إشارات الإنذار لكارثة محتملة

يمكن رصد مظاهر وأوجه قصور النماذج الإعلامية المرتبط بالأزمات والكوارث البيئية كما يأتي:

- التطفيف الإعلامي: والذي يشير إلى تجزيئية معيبة في نقل الحقائق وانتقائية مشبوهة للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة.
- إعلام المبالغة والتهويل: وهو جزء من نظام إعلامي يعتمد على خطوط المبالغة والكذب، وفيه يظهر التناقض قبل الأزمة وبعدها.
- الحجز الإعلامي: والتعتيم على الآراء المخالفة، وذلك في سياق احتكار المعلومات لصالح جهات محددة.
- التبعية الإعلامية: سواء بالنسبة للسلطة أو للنظام الإعلامي الدولي وفق علاقات القوى والسيطرة على مصادر المعلومات.
- عيوب التشخيص الإعلامي: الذي يتعامل مع الأشخاص والزعامات على حساب القضايا الأساسية، إضافة إلى عدم التوازن بين أدوار ووظائف الصحافة وبين المراحل المختلفة في حدوث وتطور المشكلة أو الكارثة، إذ تركز جهود الإعلام عادة على مرحلة احتواء الأضرار أو مواجهة الكارثة، بينما يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الكارثة البيئية (شومان، 2001: 163).
- التركيز على التهويل والذعر والاستجابات الأخرى غير الملائمة واستخدام الموضوعات الأكثر إثارة من مواقف التحذير (قدري، 2002: 349)، وهذه أوجه قصور هذا النموذج أوردناها على سبيل الذكر لا الحصر.

4.4. النموذج الإعلامي العلمي-المتخصص (المتكامل والمستمر):

يتمثل هذا النموذج الإعلامي في النظرة المتكاملة لقضايا البيئة في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى (السياسية والاقتصادية والثقافية)، أو فيما يتميز به من سمات الاستمرارية وعدم الانقطاع مما يستلزم معالجات متصلة وغير منقطعة. ولا تقتصر فقط على الأزمات والكوارث، أي تلك المعالجة الإعلامية التي تتم بشكل يومي في إطار الحدث البيئي الأصلي من الأخبار الصالحة للنشر أو الإذاعة لفترة ما على الشاشة لأن الرأي العام لديه شغف لمعرفة آخر التطورات والأفعال وردود الأفعال التي تكون شبه يومية (Grame, 2002: 127)، خاصة وأن أفراد الرأي العام يقسِّمون أوقاتهم بين وسائل الاتصال مراعين أن يحصلوا من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والإعلام والتوجيه والتثقيف وفقا لإمكانيات كل وسيلة ورغبات المتلقي (جاد وأحمد علي، 1999: 151)، ويركز هذا النموذج على إبراز قيم المشاركة وتحديد المسؤوليات وإبراز أهمية التنسيق بين أبعاد التصدي للكوارث البيئية وإبراز دور الجهات المسئولة والمشاركة في تحمل مواجهة الكوارث البيئية (هويدا، 2010: 32).

الخاتمة

تتم إدارة الكارثة البيئية غالبا في ظروف بالغة الصعوبة، حيث يسود الاضطراب المجتمع المتضرر وتبرز فيه صور المعاناة الإنسانية والآثار الاجتماعية للكارثة. هذا فضلا عما تشكله التقلبات المناخية والعوائق الطبيعية من عقبات إضافية في بعض الكوارث. إن مواجهة الكارثة البيئية والإنسانية والسيطرة على تداعياتها يتطلب سرعة في التحرك ومعالجة الأوضاع. إلا أن غياب المعلومات الدقيقة والحقائق الكاملة في معظم الأوقات التي قد تعزي لانقطاع وسائل الإعلام أو لتعذر الوصول إلى بعض المناطق بسهولة، لا سيما في المراحل الأولى لوقوع الكارثة من شأنه أن ينعكس على قرارات المواجهة التي يتطلبها الموقف. وفي تزامن مع تلك الظروف الاستثنائية للكارثة، يتشكل الحضور الإعلامي بوسائله المختلفة بسرعة من اللحظات الأولى لحدوثها.

فوسائل الإعلام تعد المصدر الرئيس للمعلومات في الأحداث الكبرى للكوارث. ومن خلال ما تبثه يتم متابعة جل مراحل الكارثة من قبل الرأي العام، لذلك تستطيع وسائل الإعلام المساهمة في إدارة الرأي العام، أثناء وقوع الكوارث البيئية والإنسانية من خلال توجيه قطاعات الرأي العام. وهو عمل قد تعجز عنه هيئات أخرى، إذ من الصعوبة بمكان السيطرة على جزء مهم من الكارثة وهو الرأي العام على اختلاف سماته، غير أن وسائل الإعلام تستطيع إلى حد القيام بهذه العملية. وهو ما يساهم بحق في التقليل من حجم الكوارث البيئية وتجنب الخسائر الناجمة عنها. وقد تبث ذلك في العديد من التجارب الإعلامية في كثير من الدول التي عصفت بها أزمات الكوارث البيئية المدمرة.

مراجع البحث الخامس

المراجع باللّغة العربية:

إبراهيم إمام. (1992) الإعلام والاتصال بالجماهير. القاهرة: المكتبة الأنجلو-المصرية.

إبراهيم فواز الجباوي. (2011) الإعلام والرأي العام أثناء الأزمات. دمشق: جامعة دمشق.

أديب خضور. (1987) تصميم البحوث الإعلامية. دمشق: جامعة دمشق.

أديب خضور. (1988) دراسة نظرية في علم الإعلام. دمشق: وزارة الثقافة.

أديب خضور. (1999) الإعلام والأزمات. الرياض: منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

جمال الدين السيد علي صالح. (2003) الإعلام البيئي. مصر: مركز الإسكندرية للكتاب.

جمال الدين حواش و عبد الله عزة. (2006) التخطيط لإدارة الكوارث وأعمال الإغاثة. القاهرة: إيتراك للنشر والتوزيع.

خالد منصور، "المساعدات الإنسانية والكوارث الطبيعية"، مجلة السياسة الدولية، العدد 163، المجلد 41، يناير 2006، ص. ص: 70-77 .

سالي سامي، "الحد من آثار الكوارث"، مجلة السياسة الدولية 163 المجلد 41، يناير 2006، ص: 69.

سليمان بن عبد الله العمرو. (2002) تدابير الدفاع المدني لمواجهة الكوارث بالمملكة العربية السعودية. الرياض: المديرية العامة للدفاع المدني.

سهير جاد وسامية أحمد علي. (1999) البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون. عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع.

السيد بهنسي. (2010) الإعلام وإدارة الأزمات الدولية. القاهرة: عالم الكتب.

عادل صادق محمد. (2007) الصحافة وإدارة الأزمات. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

عاطف عدلي العبد عبيد. (1993) الإعلام العماني وقضايا البيئية القاهرة: دار الفكر العربي.

عبد الرحمن عبد الله العوضي.(2002) الإعلام والوعي الاجتماعي - البيئي. الشارقة: منشورات هيئة المحميات.

عبد الرحمن عبد المجيد علي، "إعلان هيوجو. المؤتمر العالمي للحد من الكوارث"، مجلة السياسة الدولية العدد 163، المجلد 41، يناير 2006، ص. ص: 65، 66.

عصام الدين الحناوي. (1990) البيئة والوعي البيئي. القاهرة: المركز القومي للبحوث.

علي الربيعي، "الإعلام وقضايا البيئة"، مجلة البحوث الإعلامية العدد 05، أفريل 1993، ص: 139.

فهد أحمد الشهلان (2002) إدارة الأزمات: الأسس، المراحل، الآليات. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

قدري علي. (2002) دور الاتصال في إدارة الأزمات - دراسة حالة على حادث الأقصر الإرهابي عام 1997. رسالة ماجستير. جامعة القاهرة.

محمد بن صالح العصيمي. (1994) الدفاع المدني في الحرب والسلم. الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.

محمد سعد أبو عامود، "حدود التعاون الدولي في مواجهة الكوارث الطبيعية"، مجلة السياسة الدولية العدد 163 المجلد 41، يناير 2006، ص. ص: 60-63.

محمد شومان، "إشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العدد 03، الجزء 02 يوليو - ديسمبر 2001. ص: 163.

محمد شومان. (2002) الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

محمود كرم سليمان. (1992) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام. المنصورة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع.

مصطفى كمال طلبة، "الأخطار البيئية ومسئولية المجتمع الدولي"، مجلة السياسة الدولية العدد 163 المجلد 41، يناير 2006، ص. ص: 52-57.

معن محمود عياطرة ومروان محمد بني أحمد. (2008) إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل. عمان: الحامد للنشر والتوزيع.

منظمة الأمم المتحدة. (2009) مراعاة النوع الاجتماعي في الحد من مخاطر الكوارث: السياسات والتوجيهات العلمية. جنيف: منشورات الأمم المتحدة.

منى طاهر وبرغي حمزة. (1987) الإعلام البيئي. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

ميلان بودي، "الحماية المدنية تتطور؟"، نشرة المنظمة الدولية للحماية المدنية العدد 361، يوليو 1985، ص: 03.

هويدا سيد مصطفى. (2000) دور الإعلام في الأزمات الدولية. القاهرة: مركز المحروسة.

هويدا مصطفى، "إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 01، شتاء 2010، ص: 32.

ولاء البحيري. (2008) إدارة الأزمة: سلسلة مفاهيم. مصر: المركز الدولي للدراسات المستقبلية الإستراتيجية.

المراجع باللّغة الانجليزية:

Boin Arjen et al. (2006) The politics of crisis management. Cambridge: Cambridge University press.

Burton Grame. (2000) Talking television: An introduction to the studing of television. London: Arnold publishers.

Commission Européenne. (2013) Un service d?aide humanitaire: se prépare c'est sauver des vies. Bruxelles: CEE.

Gérard Brugnot. (2001) Les catastrophes naturelles. ParisÅ: Edition le Cavalier Bleu.

J.W. Parleur. S & Schat Zow. (1987) The mass media and public concern for environmental problems in Canada. Canada: Canada University press.

James, E. & Lukas, Zewski. Seven dimensions of crisis communication management: A strategic analysis and planning model, (http://www.e911.com/monis/A001.html, retrieved March, 03, 2014).

Lisa T. Fall, "The increasing role of public relations as a crisis management functions", Journal of vocation marketing. April, 03, 2004, P 252.

Michael Bland. (1998) Commucating out of crisis. London: McMillan-Press.

Mitroff J. I & Anagos Gus. (2001) Managing crisis before they happen. New York: Amacom.

Organisation des Nations Unies (ONU). (2008) Préparation à une réponse efficace en cas de catastrophes Genève: ONU/ISDR.

Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture. (2008) La prévention des catastrophes: le rôle de l'UNESCO. Paris: l'UNESCO.

Oxford Advanced Learns Dictionary. (1992) Encyclopedia Oxford: Ed/ Oxford University press.

Patrick Lagadec. (1991) La gestion des crises: outils de réflexion à l'usage des décideurs. Paris: McGraw-Hill.

Quarantelli, E. (1980) Evacuation behavior and problems. Columbus: Ohio State University disaster research center.

Random Hoise. (1969) Random Hoise dictionary of English language. New York: Random Hoise.

Timothy Coombs. Crisis management and communication: essential knowledge project relations, (http://www.instituteforpr.org, retrieved March, 05, 2014).

Valérie Amos et Walter Kolín. (2011) Directives opérationnelles de l?IASC sur la protection des personnes affectées par des catastrophes naturelles. Washington DC: Brookings-LES.

Webster. (1997) New world dictionary of American English. Leyland: Simon & Schuster.

Yashi Shimizu. (2011) Gestion des catastrophes et des crises par la Croix-Rouge et de la Croissant-Rouge. Genève: Fédération International des Société de la Croix-Rouge et de la Croissant-Rouge.

6

البحث السادس

إدارة الأزمات الاتصالية
من منظور نظرية اتصال الأزمة الموقفي
أزمة بريتش بتروليوم أنموذجا

د. خالد زعموم
كلية الاتصال - جامعة الشارقة

ملخص:

تسعى إشكالية هذا البحث للإجابة عن السؤال الجوهري التالي: ما هي الأسس المنهجية والمعرفية التي تقوم عليها نظرية اتصال الأزمة الموقفي Situation Crisis Communication Theory (SCCT) التي تم توظيفها لإدارة أزمة بريتش بتروليوم BP الخاصة بتسرب النفط في خليج المسكيك في 20 أبريل 2010. كما يسعى هذا البحث لتحليل ونقد الإستراتيجية الاتصالية التي تبنتها بريتش بتروليوم لإدارة أزمتها، من خلال دراسة أشكال التواصل وصياغة الرسائل وتحديد السمات السوسيوديموغرافية للجمهور المستهدف واستخدام تكنولوجيا الاتصال بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي Social Media وتوظيف مفاهيم المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility وخدمة المجتمع المحلي.

البحث السادس

إدارة الأزمات الاتصالية

من منظور نظرية اتصال الأزمة الموقفي

أزمة بريتش بتروليوم أنموذجا

مقدمة

تمثل الأزمة تحديا حقيقيا لمستقبل أي منظمة، سيما في ظل العولمة والإنفتاح الإقتصادي الذي فرض على المنظمات أساليب جديدة في مجال المنافسة وإدارة سمعتها وصورتها الذهنية محليا ودوليا. وتتعدد أوجه الأزمات بتعدد المجالات الحيوية بما في ذلك المجال السياسي ولإقتصادي والإجتماعي والأمني والبيئي. ويمكن أن تكون الأزمة داخلية أو خارجية أو ذات أبعاد محلية أو إقليمية أو عالمية (Mason, 2014: 79).

وتمثل أقسام العلاقات العامة أو أقسام الاتصال والإعلام في مختلف المنظمات الحديثة الجهة المسؤولة مباشرة على وضع الخطط والبرامج التنظيمية والوقائية لإدارة الأزمة إعلاميا، وتتطلب هذه العملية التنسيق التام والمسبق بين الإدارة العليا ومختلف الأقسام الإدارية التابعة للمنظمة ما يستوجب تحديد المهام والمسؤوليات بشكل دقيق وواضح وتخصيص الموارد البشرية والمادية الأساسية لتحقيق أهداف إدارة الأزمة. كما تتطلب هذه العملية وضع خطة للتعامل الآني والمباشر مع وسائل الإعلام وإدارة المعلومات والأخبار الموجهة للرأي العام.

إن عملية التأثير وبناء الصورة الذهنية والدفاع عن مصالح وأهداف المنظمة واختيار وسائل وطرق الإقناع تحتاج إلى معرفة التركيبة النفسية والإجتماعية والأنثروبولوجية للمجتمع (Center & Jackson, 2002: 319)، سيما أن الدين والعادات

والتقاليد والقيم الإجتماعية السائدة يمكن أن تمثل عنصر قوة لإدارة بعض الأزمات كالكوارث الطبيعية والصحية والقضايا الإجتماعية والنفسية والتربوية، حيث أن قيم التضامن والتسامح والتعاون والصبر تلعب الدور الأساسي في تقديم الحلول المرجوة.

وتحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على أزمة بريتش بتروليوم المرتبطة بتسرب النفط في خليج المسكيك في 20 أبريل 2010، حيث يتم التركيز على دراسة هذه الأزمة من جوانب نظرية ومعرفية ونقدية، باستخدام نظرية اتصال الأزمة الموقفي التي تعد من أهم النظريات الحديثة المتخصصة في إدارة الأزمات من الناحية الاتصالية والإعلامية والعلاقات العامة (Coombs a, 2013: 3).

أهمية البحث

يناقش هذا البحث الإطار النظري والمعرفي والمنهجي الذي تستند إليه إستراتيجية بي بي في إدارتها لأزمة تسرب النفط في خليج المسكيك، وتمثل هذه المقاربة النقدية الإطار المنهجي الذي يساعد على فهم عناصر عملية التخطيط وعلاقة ذلك بمكونات ومفاهيم نظرية اتصال الأزمة الموقفي.

أهداف البحث

يركز هذا البحث على الخلفية النظرية والمعرفية لإدارة الأزمات الاتصالية، سيما أن هذه الأخيرة مرتبطة إرتباطا مباشرا بإستراتيجية بناء الصورة الذهنية والدفاع عن مصالح وسمعة بي بي بعدما تعرضت لأسوأ وأخطر أزمة منذ نشأتها في سنة 1908. كما يهدف هذا البحث إلى تحديد الإطار النظري والمنهجي الذي تستند إليه نظرية اتصال الأزمة الموقفي من حيث تحديد طبيعة المكونات والأسس التي يمكن تبنيها لإدارة أزمة اتصالية ما.

الدراسات السابقة

في إطار تطبيق نظرية اتصال الأزمة الموقفي Situation Crisis Communication Theory في مجال حماية سمعة المنظمة خلال الأزمة أبرزت دراسة ماسن (Mason,

(2014 أهمية تحديد مسؤولية المنظمة، سيما أن وسائل الإعلام عادة ما تركز على هذا الجانب المهم في عملية بناء سمعة وصورة المنظمة. وفي هذا السياق أكدت دراسة سيسكو (Sisco, 2012) أن نظرية اتصال الأزمة الموقفي تساعد الرأي العام في تحديد مسؤولية المنظمة في حدوث الأزمة، خاصة في القطاع التجاري. وتمثل هذه النقطة حجر الزاوية في نجاح إستراتيجية إدارة الأزمة، سيما في حالة وجود مسؤولية محدودة أو ضعيفة للمنظمة في حدوث الأزمة ما يساعدها على تجاوز أزمتها. كما أن مسؤولية المنظمة في حدوث الأزمة لها علاقة، في نظر كومبس (Coombs B, 2007)، بسمعتها وصورتها ما يتطلب وضع إستراتيجية اتصالية لإدارة عملية تدفق المعلومات والأخبار أثناء وبعد حدوث الأزمة وفقا لطبيعة واتجاهات الجمهور المستهدف (Coombs C, 2004).

وتعد عملية إدارة الوقت والتحكم في تدفق المعلومات وصدق المنظمة في التعامل مع جمهورها من الأمور الأساسية في إدارة الأزمات الاتصالية (Hung, 2008)، خاصة أن تداعيات الأزمة عادة ما تكون سريعة وتتطلب تبني إستراتيجية اتصالية فعالة ونشطة (Jeong, 2009)؛ وفي هذا السياق ركزت دراسة محمد قيراط (2012) على أهمية توظيف وسائل الإعلام في إدارة الأزمات الأمنية التي تتطلب اتخاذ قرارات سليمة بغرض تحقيق مصلحة وأمن وسلامة الضحايا.

وتلعب شبكات التواصل الإجتماعي حسب سينق وهان (Seong & Han, 2013) دورا مهما كأداة تواصل فعالة في إستراتيجية إدارة الأزمات خاصة التي لها علاقة بالكوارث الطبيعية. وأكدت في هذا الإطار دراسة قام بها أوتز (Utz 2013) حول دور شبكات التواصل الإجتماعي في كارثة مفاعل فكوشيما Fukushima في سنة 2011 أن الجمهور الياباني لم يكن يثق كثيرا بالأخبار والمعلومات التي كانت تنشر عبر شبكات التواصل الإجتماعي، بل كان يفضل قراءة الصحف، باعتبار أن الأخبار المنشورة في الصحف المشهورة في اليابان لها مصداقية أكبر من شبكات التواصل الإجتماعي.

هذه الفكرة قد أكدت عليها دراسة أوستن (Austin, 2012) حيث خلصت هذه الدراسة إلى أن توظيف وسائل الإعلام والاتصال التقليدية هي أكثر مصداقية في نظر الجمهور من وسائل الاتصال الإجتماعي.

ذلك أن هذه الأخيرة عادة ما يتم توظيفها في مختلف الأنشطة والفعاليات الترفيهية والفكاهية ونشر المعلومات الشخصية والعامة ما يفقدها المصداقية في حالة إستخدامها في إدارة الأزمات؛ وفي هذا الإطار تمثل الأزمة معطى يختلف نسبيا من ثقافة إلى أخرى، ومن سياق إجتماعي إلى آخر (لعياضي، 2012).

تمكن الباحث بالإعتماد على هذه الدراسات من تحديد الإطار النظري لموضوعه، بالتركيز على المفاهيم والمقاربات ذات الصلة بنظريات الدفاع عن سمعة وصورة المنظمة. كما استفاد من هذه الدراسات في تحديد المشكلة البحثية وفي صياغة تساؤلات الدراسة إنطلاقا من نظرية اتصال الأزمة الموقفي وتوظيفها في إدارة أزمة بي بي.

الإطار النظري

يستند هذا البحث إلى نظرية التدخل Intervention Theory حيث تعود جذور هذه النظرية إلى عام 1918 أي بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة، حيث ظهرت هذه النظرية في ظل الحروب والأزمات الإقتصادية كالأزمة الإقتصادية العالمية في 1929. وتستمد هذه النظرية رؤيتها من علم النفس الأنثروبولوجي ومن أشهر روادها أبراهام ماسلو وهانر هارتمان وجين بياجيت.

ترى هذه النظرية أن المنظمات يمكن أن تتعرض لأزمات، وأن المخاطر والمشاكل يمكن أن تكون المؤشر الرئيسي للتنبؤ بحدوث الأزمات ما يشكل التحدي الحقيقي لمواجهتها، لأنها تمثل فترة توتر وقلق وصراع وقد يؤدي ذلك إلى تدهور كبير في تطور الأحداث لتتحول المشكلة إلى أزمة مزمنة ومعقدة.

تؤكد نظرية التدخل على عامل السرعة والفاعلية في تشخيص وفهم المشاكل والمخاطر الداخلية والخارجية بهدف تفادي تحولها إلى أزمة مزمنة، أي أن المقاربات الوقائية ضرورية لتفادي الأزمات. (Cherry, 2010)

وفي حقيقة الأمر، فإن بي بي قد حاولت التحكم في مجريات الأزمة منذ بدايتها؛ إلا أن حجم الأزمة وتداعياتها إعلاميا وإجتماعيا قد صعب من عملية التحكم فيها.

تركز نظرية التدخل على التنبيه والتنبؤ بالأزمات قبل حدوثها. كما أنها تركز على دور الخبرة والتجربة في إدارة الأزمات المستقبلية؛ وفي هذا الإطار تمثل أزمة تسرب النفط في خليج المكسيك أزمة من المفترض أن تتنبأ بي بي بحدوثها أو تكون لها خطة مسبقة لإدارتها، سيما أن بعض الشركات النفطية قد تعرضت لأزمات مماثلة ومنها شركة شال Shellفي دلتا النيجر حيث إنتقدت شال منذ 1990 بسبب تلويتها للبيئة مما سبب العديد من الأمراض الخطيرة (Wikipedia. A, 2013).

الإشكالية

إنطلاقا من نظرية التدخل التي تؤكد على أهمية عامل التدخل السريع والفعال لإدارة الأزمة وكذلك نظرية اتصال الأزمة الموقفي التي تركز على الدور المحوري لمختلف وسائل الاتصال والإعلام والتحكم في تدفق المعلومات بشكل يسهم في صياغة رسائل إيجابية وتوظيف برامج المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Programs في عملية الدفاع عن سمعة المنظمة وإعادة بناء الصورة الذهنية Image.

تبرز الإشكالية الرئيسية لهذا البحث في التساؤل عن طبيعة الأسس المنهجية وعناصر التخطيط التي تم توظيفها من قبل بي بي لإدارة أزمة تسرب النفط، ومطابقة ذلك مع رؤية وفلسفة نظرية اتصال الأزمة الموقفي.

التساؤلات

تحاول هذه الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

- هل إعتمدت بي بي على عناصر التخطيط الوقائي لإدارة أزمتها؟
- هل طبقت بي بي خطط إدارة الأزمات المتضمنة في نظرية اتصال الأزمة الموقفي؟
- ما حجم وطبيعة واتجاه التغطية الإعلامية والاتصالية التي صاحبت أزمة بي بي؟
- ما الإستراتيجية الاتصالية التي إعتمدت عليها بي بي لمواجهة هذه التغطية الإعلامية والاتصالية؟
- هل وظفت بي بي تكنولوجيا الاتصال بما في ذلك شبكات التواصل الإجتماعي والمواقع الإلكترونية لإدارة أزمتها؟

الفروض

ف1: نظراً للأخطاء التنظيمية والاتصالية التي وقعت فيها بي بي يكون تكتيك الإعتذار والتعويض هو التكتيك المناسب لإدارة أزمة تسرب النفط في خليج المكسيك.

ف2: نظراً لطبيعة وحجم أزمة بي بي تمثل نظرية اتصال الأزمة الموقفي الإطار المعرفي والمنهجي المناسب لإدارة هذه الأزمة.

ف3: نظراً لتداعيات أزمة بي بي إعلاميا تمثل شبكات التواصل الإجتماعي وسائط مهمة للتواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف محليا وعالميا.

منهج البحث

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، سيما أنه يسعى إلى وصف الإستراتيجية الاتصالية التي إعتمدت عليها بي بي لإدارة أزمة تسرب النفط في خليج المكسيك. ويستهدف مجتمع البحث تحليل ونقد الرسائل الإعلامية والاتصالية والأنشطة والفعاليات التي وظفتها بي بي لإدارة أزمتها النفطية.

تمتد الفترة الزمنية للبحث من 20 أبريل 2010 لغاية 1 سبتمبر 2010، وهي فترة كافية لدراسة وتقييم تداعيات هذه الأزمة إعلاميا وتقويم الإستراتيجية الاتصالية التي تم توظيفها من طرف بي بي. بالنسبة لعينة الدراسة الخاصة بالتغطية الإعلامية والاتصالية تم إعتماد التغطية السلبية والإيجابية كالتالي:

أ. **التغطية السلبية**: تم إعتبار ما نشر على الفيس بوك من رسائل منتقدة لبي بي ومقاطع فيديو وإعلانات لمنظمات أهلية والرأي العام والمؤسسات الإعلامية مادة أساسية للدراسة.

لقد تم إختيار الرسائل السلبية التي تم نشرها على الفيس بوك نظراً لتوفر هذه الرسائل على الشبكة وسهولة التعرض لكل الأنشطة والرسائل الخاصة بأزمة بي بي بشكل آني ومباشر ما يسهل عملية تحليل الرسائل ووضعها في جدول خاص، كما أن العديد من معارضي بي بي خلال فترة الأزمة إستخدموا الفيس بوك لتوصيل رسائلهم وإنتقاداتهم، ومن ذلك مثلا:

-https://www.facebook.com/pages/Boycott-BP/119101198107726

- https://www.facebook.com/?

- http://www.pcinpact.com/news/58003-facebook-boycott-bp-censure.htm

- https://www.facebook.com/publiccitizen

ب. التغطية الإيجابية: أي الرسائل التي تؤيد شركة بي بي. قام الباحث، خلال الفترة الزمنية المذكورة أعلاه، برصد وتحليل الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية لبي بي معتمدا على الأخبار والمعلومات التي قامت بنشرها على موقعها الإلكتروني (http://www.bp.com)، ورصد أنشطتها على الفيس بوك:

- https://www.facebook.com/bp?

- https://www.facebook.com/BPAmerica

استخدم الباحث أداة تحليل المضمون لتحديد أهم الموضوعات ورصد وتحليل التغطيات السلبية والإيجابية والمحايدة. وتم اختيار العينة العمدية Purposive Sample لتحديد الموضوعات التي لها علاقة مباشرة بأزمة بي بي، حيث يتم اختيار المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية، طبقا لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث. قام الباحث بجمع 238 برنامج قامت بي بي بنشره خلال فترة الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم 1. كما قام الباحث برصد 29182 نشاط إلكتروني قامت به جمعيات المجتمع المدني ووسائل الإعلام والتغريدات الشخصية على الفيس بوك كما هو موضح في الجدول رقم 2. وقد اعتبر الباحث كل مضمون الرسالة أو البرنامج فكرة واحدة.

مصطلحات البحث

- الأزمة

يعرف المعهد الإمريكي لإدارة الأزمات Institute for Crisis Management (ICM) الأزمة بأنها تعطيل أنشطة المنظمة نتيجة التغطيات الإعلامية المصاحبة للأزمة والتي تدفع بالرأي العام لمتابعة دقيقة لتطوراتها. ويمكن أن تكون الأزمة ناتجة، حسب نفس المعهد، عن أسباب طبيعية أو أخطاء تقنية أو إنسانية أو قرارات إدارية

وتنظيمية غير مناسبة، وقد تكون الأزمة مفاجئة أو محتملة أي يمكن التنبؤ بها في بعض القطاعات الخاصة (Center & Jackson, 2002: 320) وتؤثر الأزمة على مصالح المنظمة سياسيا وقانونيا وماليا وحكوميا (Smith, 2011).

- **إدارة الأزمات: مقاربة معرفية**

إرتبطت إدارة الأزمات بالفلسفة الليبرالية والتسويقية التي يقوم عليها النظام الرأسمالي الذي تتحكم فيه قواعد العرض والطلب وحرية السوق والمنافسة بين مختلف المنظمات. كما ارتبط هذا المفهوم بمبدأ الدفاع عن مصالح المنظمة حيث يعد هذا المبدأ أمرا أساسيا في تقرير مستقبل المنظمة، سيما في البيئات التنافسية. لقد أثر النظام العالمي الذي أفرزته كل من الحرب العالمية الأولى (1914-1918) والثانية (1939-1945) على تطور مفهوم إدارة الأزمات، خاصة أن هذا النظام الجديد اتّسم بالصراع الإيديولوجي والجيوسياسي والهيمنة على مصادر الثروة واستعمار عدد كبير من دول الجنوب؛ هذا الصراع ولّد العديد من الأزمات السياسية والحروب المدمرة في مختلف مناطق العالم ما جعل العديد من الدول النامية تتخبط في عدد لا حصر له من المشاكل الإجتماعية والصحية والتعليمية والإقتصادية وزاد من تخلفها عن ركب التنمية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن الثورة التكنولوجية أفرزت العديد من المشاكل البيئية والصحية ما أصبح يهدد مصير بعض دول العالم كبنغلاديش وهولندا وجنوب بريطانيا ومجموعة كبيرة من الجزر في المحيطين الهادي والهندي. وقد حاولت دول العالم مناقشة هذه المشاكل البيئية لأول مرة في المؤتمر الأممي للأرض بريو دي جان رو Rio De Janeiro سنة 1992؛ إلا أنها فشلت في الوصول لنتائج مرضية. كما لم تفلح إتفاقية كوبنهاغن في ديسمبر 2009 في الإبقاء على معدل إرتفاع درجات الحرارة الشامل للكرة الأرضية دون درجتين مائويتين (محمد عبد الكافي، 2010: 21).

أمام حالة الصراع وقضايا التنمية والأزمات الإقتصادية المتكررة والتلوث البيئي والمنافسة على مصادر الثروة ومختلف أنواع المشاكل التي تتخبط فيها المنظمات الرسمية وغير الرسمية كالمجاعة والفقر والأمراض المختلفة والتخلف بكل أشكاله تفرض إدارة الأزمات نفسها كأداة أساسية في هندسة إستراتيجية الحكومات

والمنظمات الدولية والمحلية بغرض الدفاع عن مصالحها وسمعتها وصورتها الذهنية؛ وهذا لما تملكه إدارة الأزمات من رؤية وبرامج وخطط لإدارة أي أزمة من الأزمات بشكل عقلاني بهدف التحكم في تدفق المعلومات والأخبار وإقناع الرأي العام بوجهة نظر المنظمة.

لم تعد عملية إدارة الأزمات تعتمد على وضع الخطط والإستراتيجيات الإعلامية والاتصالية والترويجية وتوظيف مختلف تكنولوجيا الاتصال الحديثة فقط؛ وإنما أصبحت تعتمد أساسا على كفاءة الكادر البشري الذي يمثل أهم عنصر قوة وفاعلية في إدارة أية أزمة من الأزمات، سيما أن عملية الإقناع والتأثير وإدارة المعلومات والتخطيط تحتاج إلى كفاءة بشرية تمتلك الخبرة والتجربة والمهارات الكافية للتحرك بذكاء وفاعلية، سيما أن عصر المعلومات قد فرض بعض أنماط التواصل والتفاعل Interactivity لإدارة الأزمات: إما من حيث الوسيلة أو من حيث طبيعة التحديات والمضامين وتوظيف تكنولوجيا المعلومات، ومن ذلك مثلا شبكات التواصل الإجتماعي كالفيس بوك والتويتر واليوتوب وشبكة الإنترنت.

يرى جين (Jin, 2009: 310) وهو متخصص في إدارة الأزمات بكلية الاتصال بجامعة فرجينيا، أن إدارة الأزمات في عصر العولمة وثورة المعلومات بحاجة إلى الإعتماد على البعد الأنثروبولوجي، لأن الأزمة تحدث صدمة وتوتر وقلق وإضطرابات نفسية كبيرة سواء داخل المنظمة أو خارجها ما يصعب التحكم في تداعياتها. من هنا يرى هذا الباحث أن عملية إدارة الأزمة تتطلب بعض المعارف الأساسية في مجال علم النفس كأساليب التحكم في النفس وضبط المشاعر والعواطف والابتعاد عن القلق والتهور، وتعد هذه المسائل من الأمور الأساسية التي تساعد في إدارة الأزمة بشكل فعال ودقيق بعيدا عن الإنفعالات النفسية التي قد تؤثر سلبا في اتخاذ القرارات السليمة.

إن عملية التحكم في المشاعر وضبط النفس حسب نفس الباحث تعد ضرورية للتأثير في مجريات وتطورات الأزمة، كما أنها تساعد في فهم نفسية وثقافة الرأي العام ووسائل الإعلام ما يسهم في تقليل نسبة التوتر والتشنج الإجتماعي.

- إدارة المخاطر

يؤكد عدد من الباحثين (Fortier, 2010) على أن الاتجاه الحديث في إدارة الأزمات يرتكز على إستراتيجية معرفة طبيعة المخاطر التي قد تتعرض لها المنظمة، حيث يمكن لهذه المخاطر أن تتحول لأزمة حقيقية يصعب التحكم في تداعياتها، وهذا ما حصل فعلا لبي بي، حيث لم تأخذ هذه الأخيرة بعين الإعتبار تنبيهات الخبراء، سنة قبل حدوث الإنفجار، بخطر تقني في البئر النفطي قد يؤدي إلى كارثة.

يعرف المركز الكندي المخاطر Risk بأنها التهديدات المختلفة التي قد تواجه المنظمات في عصر العولمة، وهي - فرصة - لتحفيز المنظمة لمواجهة مختلف التحديات Risk is opportunity وذلك بتشكيل فريق متخصص في إعداد خطة عمل مسبقة لمواجهة وإدارة المخاطر التي يمكن أن تهدد المنظمة داخليا أو خارجيا.

وترتبط عملية حدوث الأزمات بطبيعة المخاطر التي قد تواجه المنظمة ما يجعلها في حالة ضعف وخطر مستمرين وغير قادرة على التحكم في مجريات الأزمة في حالة حدوثها، لهذا فإن المخاطر قد تشكل الأرضية الخصبة لحدوث الأزمات المستقبلية.

وعليه، فإن الفهم المسبق لطبيعة المخاطر التي قد تواجهها المنظمات هو الذي يساعدها في إدارة الأزمات بشكل عقلاني ومنظم، خاصة أن فهم المخاطر يسهم في وضع الخطط والإستراتيجيات الميدانية الكفيلة بإدارة الأزمة. تعتمد إستراتيجية إدارة المخاطر على مجموعة من النقاط، وهي كالتالي (Fortier, 2010):

1. طرق رصد وتقدير وتقييم حجم المخاطر التي قد تتحول إلى أزمات.
2. دراسة معمقة لطبيعة المخاطر التي قد تؤدي إلى حدوث أزمة في المستقبل.

---

(1) تعد تجربة هذا المعهد تجربة فريدة من نوعها في مجال التكوين والبحث في إدارة الأزمات ومخاطر الاتصال Risk Communication، إذ أنه يضم في عضويته أكثر من 3938 عضو دائم من مختلف التخصصات والقطاعات الإجتماعية والسياسية والإقتصادية والبحثية ذات الصلة بإدارة المخاطر والأزمات. كما يضم المعهد في عضويته أكثر من 600 متطوع في مختلف المجالات والقطاعات بما في ذلك المجالات الإعلامية والتثقيفية والتوعوية الخاصة بإدارة المخاطر والأزمات. يقدم المعهد خدماته لأكثر من 20 ألف عميل في مجال التكوين والبحث والتدريب. ويقدم المعهد 62٪ من استشاراته ودراسته الخاصة بالمخاطر وإدارة الأزمات في الولايات المتحدة الأمريكية، و15٪ في كندا، و23٪ في بقية بلدان العالم.

3. وضع الخطة الاتصالية لإدارة المخاطر، بما في ذلك الاتصال الداخلي والخارجي.
4. بناء وإدارة العلاقة مع وسائل الإعلام، سيما التي يمكن توظيفها في حالة حدوث الأزمة حيث يمكن التركيز على الوسائل الإعلامية التي تحظى بالمصداقية.
5. إدارة المخاطر إلكترونيا، من خلال الأنشطة والبرامج الإخبارية والتفاعلية عبر شبكات التواصل الإجتماعي والمواقع الإلكترونية.
6. وضع آليات لرصد اتجاهات وآراء الجمهور المستهدف لمعرفة مدى تجاوبه وإقتناعه بوجهة نظر المنظمة.

في حقيقة الأمر لا يمكن دائما وفي كل الأحوال ربط إدارة الأزمات بالمخاطر باعتبارها عملية متداخلة ومتشابكة، لأن بعض القطاعات غير الربحية كالخدمات العمومية المتعلقة بالتعليم والثقافة والصحة لا تنطبق عليها مفاهيم وأساليب إدارة المخاطر كما هو الحال مع القطاعات الربحية كالبنوك وشركات التأمين والتجارة فإنها بحاجة ماسة إلى رصد مختلف المخاطر ذات الصلة بتقلبات الأسواق المالية والتجارية والإستثمارية المحلية والدولية. كما أن مفهوم المخاطر في عصر العولمة غير كاف لوحده لفهم وتحليل واقع حدوث وتطور الأزمات نظراً لتعدد وتشعب أوجه المشاكل والقضايا الخطيرة التي تهدد المنظمات.

- **اتصال الأزمة**

لا يمكن الجزم بوجود تعريف دقيق وواضح لاتصال الأزمة وهذا نظراً لتباين الآراء والممارسات الميدانية الخاصة بدور الاتصال في إدارة الأزمات. وقد حاول مجموعة من الباحثين تحديد مفهوم اتصال الأزمة، ومنهم رواش توماس (Roach, 2004) حيث اعتبر اتصال الأزمة بأنها العملية التي تستخدمها المنظمة للتفاعل الإيجابي بجمهورها خلال الفترة الزمنية التي تشهد فيها أزمة، وهذا ما يؤثر سلبا على علاقتها بالبيئة المحيطة. وبالنسبة لكالاهان (Callahan, 2003) فإن اتصال الأزمة مرتبط بتغيير اتجاه الاتصال من "ماذا يحدث أثناء الأزمة" "إلى" "ماذا يحدث من تطورات" التي تقوم بها المنظمة لإدارة الأزمة بالإعتماد الكامل على وسائل الاتصال والإعلام والترويج.

يؤكد مود هاريس (Harris, 2006) على أن العملية الاتصالية تبدأ بالتحكم في عناصرها: تحديد القائم بالاتصال بما في ذلك المتحدث الرسمي ومضمون الرسائل الاتصالية وأداة الاتصال أي وسائل الإعلام والاتصال والجمهور المستهدف. وفي هذا السياق حدد ماتسن (Matson, 1997) مجموعة من الخطوات الأساسية لمساعدة المنظمة على الاتصال في حالة ما قبل اندلاع الأزمة، وهي كالتالي:

1. التعرف على الأحداث التي قد تمثل أزمة، أي المخاطر التي قد تشكل أزمة حقيقة في المستقبل.
2. التدريب على وضع خطط اتصالية لإدارة الأزمات.
3. تدريب المتحدث الرسمي باسم المنظمة.
4. صياغة نشرات إخبارية أولية التي يمكن أن تقدم خلال الأزمات.
5. توفير الموارد البشرية والمادية التي يتم الإعتماد عليها في إ دارة الأزمة.

إستراتيجيات التخطيط للأزمات Strategies for Crisis Planning

لا يوجد نموذج موحد لإستراتيجيات التخطيط للأزمات يمكن تعميمه واعتباره الأمثل، خاصة أن هذا التخطيط يتطلب التكيف مع المتغيرات التالية:

1. التطور المستمر: إن طبيعة التخطيط للأزمات في تطور دائم ما يجعل تطبيقه يختلف من منظمة لأخرى، خاصة أنه قد ظهر في البيئات الليبرالية التي تعتمد على المنافسة وحرية السوق، وتوظيف أحدث وسائط الاتصال والتفاعل كشبكات التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للمنظمة.
2. المعرفة: إن عملية التخطيط تتطلب معرفة دقيقة بمختلف مكونات التخطيط كإدارة الوقت والتنسيق والتنظيم وإدارة المعلومات والموارد البشرية والمادية والتقنية.
3. خصوصيات المنظمة ومجالها: تفرض خصوصية المنظمة نفسها على طبيعة إدارة الأزمة، سيما أن هناك منظمات عمومية وأخرى ربحية وبعضها محلي أو وطني أو دولي.
4. البيئة المحيطة بالمنظمة: إن العوامل البيئية والثقافية المختلفة تفرض على القائم على إدارة الأزمة أن يستوعب طبيعة البيئة المحيطة ليوظفها في عملية التخطيط.

5. طبيعة الأزمة وتداعياتها: إن التخطيط للأزمة له علاقة مباشرة بطبيعة وخلفية وتداعيات الأزمة، ذلك أن بعض الأزمات تكون بسيطة وغير معقدة ما يتطلب التخطيط المناسب لها.
6. الطاقات المتاحة: تخصص المنظمة لإدارة الأزمة موارد كالميزانية والكادر البشري والإمكانيات المادية والتعويضات والهدايا.
7. معرفة الجمهور المستهدف: تسهم معرفة السمات السوسيوديموغرافية واتجاهات الجمهور في بلورة الخطط الاتصالية الفعالة وتوصيل رسائل المنظمة بشكل مباشر ومقنع.

إضافة إلى النقاط المذكورة أعلاه يمكن تحديد بعض المكونات الأساسية التي تشكل الإطار المنهجي والمعرفي في إدارة الأزمات في العلاقات العامة وذلك من خلال التركيز على أنواع التخطيط، وهي كالتالي:

التخطيط المسبق لإدارة الأزمة

يطلق هيدريش (Heiderich, 2012) على التخطيط المسبق لإدارة الأزمة – بالتخطيط الوقائي – ويسمح هذا النوع من التخطيط بإعداد خطة عملية تتيح التحضير المسبق لإدارة الأزمة. ويتضمن هذا النوع من التخطيط النقاط التالية:

1. تحديد مصادر وأسباب المخاطر والأزمات المحتملة لمحاولة فهمها لتفاديها أو تقديم الحلول المناسبة لها في حالة حدوثها.
2. تشكيل –خلية أزمة– من أعضاء بارزين في المنظمة؛ ويكون دورها الإجتماع الفوري والآني لإتخاذ القرارات اللازمة، لهذا يتم إعداد قائمة بأرقام الهاتف للتواصل معهم عند الحاجة.
3. إختيار المتحدث الرسمي باسم المنظمة وتدريبه على إدارة الحوار والمناقشات واللقاءات الإعلامية. كما يتم تزويده بالمعلومات والبيانات الخاصة بوضعية المنظمة.
4. إعداد إستراتيجية اتصالية وإعلامية بالتنسيق مع وسائل الإعلام، والعمل على بناء علاقات قوية مع معظم المؤسسات الإعلامية وقادة الرأي ومنظمات المجتمع المدني؛ وفقا لهذا التصور يتم إعداد قائمة بالبيانات المفصلة والدقيقة لجميع الإعلاميين والشخصيات المهمة لتيسير عملية التواصل معهم عند الضرورة.
5. تحرير بيانات صحفية خاصة بموضوعات لها علاقة مباشرة ببعض المخاطر

والأزمات التي قد تحدث في المنظمة، ويتم تحديثها وتكييفها حسب طبيعة وزمن ومكان حدوث الأزمة.

6. توفير الوسائل والإمكانيات المادية والبشرية والتقنية اللازمة لإدارة الأزمة كتخصيص ميزانية طارئة وتوفير قاعة للمؤتمرات الصحفية مجهزة بكل المستلزمات الخاصة بالمؤتمر الصحفي.

7. إعداد سيناريو يحاكي إدارة أزمة إفتراضية من كل الجوانب التي ذكرناها سلفا، حيث يتم تطبيق خطوات التعامل الفعلي مع الأزمة بشكل عملي مما يتيح فرصة تفادي الأخطاء في حالة حدوث أزمة حقيقية. كما يتيح للمنظمة فرصة التقييم الذاتي من حيث مستوى الجاهزية والفاعلية في التعاطي مع المخاطر والأزمات. يقدم سيناريو إدارة الأزمة فرصة تدريب أعضاء إدارة الأزمة على اتخاذ القرارات المناسبة ومعرفة نقاط القوة والضعف في تطبيق الخطوات العملية ما يسمح بتطوير قدرات وجاهزية المنظمة لكل طارئ.

التخطيط أثناء حدوث الأزمة

يعد التخطيط لإدارة الأزمة من الناحية الاتصالية من الأمور الأساسية التي تسهم في معالجة المشكلة ويمكن التركيز على صياغة البيانات الصحفية ومختلف الرسائل الإعلامية والاتصالية، والتواصل المباشر والآني مع رجال الإعلام لإبراز دور المنظمة في خدمة المجتمع ما يساعد على امتصاص حالة الغضب، واختيار المتحدث الرسمي باسم المنظمة بشكل دقيق بحيث تتوفر فيه جميع الصفات والمهارات الإقناعية، والبحث عن طرق تخفيف تأثير الأزمة على سمعة وصورة ومصالح المنظمة ومن ذلك مثلا تقديم الإعتذار والتعويضات واستبعاد الموظفين أو المسؤولين المتسببين في الأزمة ووضع برامج لخدمة المجتمع المحلي.

التخطيط المستقبلي

إن طبيعة التحولات الإقتصادية والإجتماعية والمنافسة المحلية والدولية تستوجب على المنظمات تبني مقاربات مستقبلية من خلال وضع خطط وإستراتيجيات لتفادي الوقوع في الأزمات وإدارتها بشكل فعال في حالة حدوثها، ويمكن تحديد بعض العناصر الخاصة بالتخطيط المستقبلي، ومنها مثلا:

- معرفة مجال المنظمة والتحديات الداخلية والخارجية المحيطة بها.
- وضع إستراتيجية لخدمة المجتمع المحلي وذلك من خلال الإستثمار في المشاريع الإنسانية والتنموية التي تخدم المجتمع ما يسهم في تحسين سمعة وصورة المنظمة، بل ويمكنها من تجاوز بعض تداعيات أية أزمة مستقبلية.
- توفير بيئة حوار ونقاش وتبادل للمعلومات داخل المنظمة لتحصينها من الإشاعات والمعلومات الكاذبة.
- نشر أخبار المنظمة وأنشطتها وخططها في وسائل الإعلام وفي المواقع الإلكترونية بما فيها شبكات التواصل الإجتماعي لتكون هي السباقة للحديث عن نفسها بدل من الآخرين الذين يمكن أن يقوموا بنقل معلومات خاطئة أو كاذبة ما قد يوفر بيئة خصبة للإشاعات والأزمات.
- التركيز على التدريب المستمر للموظفين لتفادي الوقوع في الأخطاء.

إدارة أزمة بريتش بتروليوم من منظور نظرية اتصال الأزمة الموقفي (SCCT)

تأسست شركة بريتش بتروليوم في سنة 1908 لإستكشاف النفط في إيران وكان يطلق عليها اسم شركة النفط الأنجلو- إيرانية، وفي عام 1945 أطلق عليها اسم بريتش بتروليوم BP. وفي سنة 1976 إنتقلت ملكية الشركة من الحكومة البريطانية لتصبح شركة خاصة. تملك الشركة 18.3 مليار برميل في حقول ألاسكا وأنغولا والجزائر وبحر الشمال وخليج المكسيك. وتعد بي بي رابع أكبر شركة نفط في العالم وتوظف 79900 عامل. وتتمتع بي بي بسمعة جيدة في المجال البيئي، حيث تم إختيارها كأفضل شركة نفط صديقة للبيئة عالميا كونها بدأت الإستثمار في الطاقة الشمسية.

عرفت الشركة عدة أزمات نفطية كإنفجار محطة تكرير النفط في تكساس ستي Texas City في عام 2005، وتسرب النفط من أنبوب النقل الرئيسي بألاسكا Alaska في عام 2006، ومشاكل عديدة في منصة التنقيب عن النفط تندر هورس Thunder Horse في خليج المكسيك؛ وهذا ما جعلها ذات خبرة في إدارة الأزمات، كما تمكنت مع مرور الوقت من تطوير إستراتيجية اتصالية قوية وفعالة لإدارة الأزمات، لكن ما حدث لها في 20 أبريل 2010 بخليج المكسيك كان أكبر أزمة تعرفها الشركة. وبالرغم من خبرتها الاتصالية والإعلامية إلا أنها لم تتمكن من السيطرة والتحكم في مجريات وانعكاسات هذه الأزمة.

أزمة بريتش بتروليوم

حدث إنفجار في منصة ديب ووتر هوريزن Deep Water Horizon في 20 أبريل 2010 في خليج المكسيك على بعد 68 كلم جنوب شرق لويزيانا Louisiana وعلى عمق 1500 متر ما أودى بحياة 11 من أفراد طاقم هذه المنصة، وقد تسبب ذلك في حدوث أكبر تسرب نفطي بحري في الولايات المتحدة الأمريكية ومن تم أضخم كارثة بيئية في تاريخ المنطقة حسب ما ذكر الرئيس الأمريكي باراك أوباما. (Wikipedia. b, 2014) نتائج هذا التسرب لم تكن كارثية على الطبيعة فقط، بل شملت قطاعي الصيد البحري والسياحي في المناطق المتضررة، كما ارتفع عدد العاطلين عن العمل وأسعار المواد الإستهلاكية الأساسية سيما البحرية والزراعية.

حسب تقرير لجنة التحقيق الفيدرالية الأمريكية US Federal Inspectors فإن سبب الإنفجار يعود لنوعية الإسمنت المستعمل في البئر والذي منع تدفق النفط بشكل طبيعي ما تسبب في هذا الإنفجار (Wikipedia. C, 2013) أثرت هذه الأزمة على شركة بي بي بشكل كبير حيث فقدت الشركة 15٪ من قيمتها في بورصة لندن، خاصة أن غلق البئر النفطي قد كلفها نحو 5.3 مليار دولار بالإضافة للتعويضات التي قدمتها للحكومة الأمريكية والمجتمع المحلي والتي قدرت تقريبا ب 50 مليار دولار.

توظيف نظرية اتصال الأزمة الموقفي Situation Crisis CommunicationTheory

تعد نظرية اتصال الأزمة الموقفي من أهم النظريات التي تركز على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة، خاصة أنها تؤكد على أهمية الدفاع عن صورة وسمعة المنظمة. كما تؤكد على أن الأزمات المتكررة تضر كثيرا بالسمعة؛ وللحفاظ على هذه السمعة لا بد من وضع خطة اتصالية فعالة للتواصل مع الجمهور المستهدف. يرى كمبس (Coombs c, 2014: 17) أن مسؤولية المنظمة في حدوث الأزمة يمكن أن تأخذ المستويات التالية:

1. المسؤولية الضعيفة: في هذه الحالة ليس للمنظمة مسؤولية مباشرة في حدوث الأزمة، كالكوارث الطبيعية وتلوث البيئة، وبالتالي فإن خطة إدارة الأزمة لا تتطلب إستراتيجية وميزانية كبيرتين.

2. المسؤولية المتوسطة: يمكن للأزمة أن تكون ناجمة عن أخطاء تقنية صعب التحكم فيها كإنقطاع التيار الكهربائي أو الجرائم الإلكترونية التي تتعرض لها بعض البنوك والمؤسسات الحكومية. وفي هذه الحالة فخطة إدارة الأزمة تكون متوسطة ويمكن إشراك القطاعات أو المؤسسات الخارجية بما فيها الحكومية في إدارة هذه الأزمة.

3. المسؤولية الكبيرة: تتسبب بعض المنظمات في حدوث أزمات نظراً للمشاكل والأخطاء التي تتجاهلها ولا تقوم بتفاديها أو معالجتها وقت حدوثها. كما أن بعض القرارات لا يتم دراستها بشكل جيد ما يؤدي إلى أخطاء؛ وفي هذه الحالة فإن مسؤولية المنظمة كبيرة ومن ذلك مثلا تجاهل شكاوى العملاء عن سوء المعاملة؛ في هذه الحالة فإن خطة إدارة الأزمة تكون قوية وتتطلب تدخل فعال للتحكم في تداعيات الأزمة حتى لا تؤثر على سمعة المنظمة.

في حالة أزمة بي بي فإن مسؤولية الشركة كبيرة؛ لأنها كانت على علم مسبق باحتمالات وقوع إنفجار ومن ثم التسرب النفطي ولم تعمل على تفادي ذلك ما تسبب في زيادة الإنتقادات داخل الولايات المتحدة وخارجها. يؤكد كمبس (Coombs d, 2014: 35) أن التحكم في الموقف الأزموي يتطلب وضع إستراتيجية أساسها ما يلي:

التحكم في تدفق المعلومات

يؤكد كمبس على أهمية التحكم في تدفق البيانات والمعلومات والأخبار أثناء حدوث الأزمة؛ لأنه يسمح للمنظمة السيطرة على تداعيات الأزمة، كما يتيح لها تقديم وجهة نظرها فيما يخص أسباب حدوث الأزمة. وترتبط عملية التحكم في تدفق المعلومات بقدرة المنظمة على بناء علاقات إعلامية دائمة Media Public Relations حيث يمكن توظيف هذه العلاقات وقت الأزمة ما يتيح لها الدفاع عن مصالحها وسمعتها؛ لهذا تحتاج المنظمات التواصل المباشر والسريع مع وسائل الإعلام والجمهور المستهدف وقادة الرأي لتزويدهم بالأخبار والمعلومات ذات الصلة بمجريات الأزمة ما يتيح لها فرصة التأثير في الرأي العام وإقناعه بوجهة نظرها، لأن في حالة غياب خطاب المنظمة وعدم تواصلها مع وسائل الإعلام فإن ذلك قد يسمح بإنتشار الأخبار الكاذبة والدعاية المغرضة.

واجهت بي بي أكبر حملة إعلامية وسياسية وشعبية قادتها مؤسسات إعلامية وجمعيات حماية البيئة سيما في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد ركزت إنتقادات هذه الحملة الإعلامية على سوء تقدير الشركة لمخاطر حدوث الإنفجار وعدم قدرتها على إدارة الأزمة بشكل جيد. شكلت صور تدفق أكثر من 4.9 مليون برميل نفط في البحر وموت الحيوانات أكبر مشكلة واجهت الشركة إعلاميا، حيث ركزت وسائل الإعلام على عجزها في التحكم في البقعة النفطية التي غطت مساحة 1700 كلم مربع من شواطئ خليج المكسيك ما أثر على الصيد البحري والسياحة.

بالإضافة إلى ذلك أبرزت وسائل الإعلام غياب خطط إدارة المخاطر، لأن الشركة لم تتمكن من جمع إلا 800 ألف برميل من مجموع 4.9 مليون برميل. وفي هذا الإطار أقر 81٪ من الأمريكيين أن إجراءات الشركة لم تكن فعالة في إدارة الأزمة حسب سبر للآراء قامت به صحيفة وشنطن بوست وآبي سي نيوز بوست ABC News - Washington Post في 2010. وفي نفس الإطار أكد 69 ٪ من المستجوبين بأن إدارة أوباما Obama لم تكن فعالة في تعاملها مع الأزمة (Chauvet, 2010). واجهت بي بي هذه الحملة الإعلامية بإستراتيجية اتصالية وإعلامية وترويجية تميزت بالتنويع في أنشطتها وحضورها الإعلامي والإعلاني كما أنها سعت لأن تكون هي مصدر المعلومات والأخبار.

وفي هذا الإطار قامت بي بي بشراء جميع حقوق نشر المعلومات الخاصة بالأزمة من معظم محركات البحث العالمية بهدف التحكم في انتشار المعلومات وضمان نشر الأخبار التي لا تتعارض مع مصلحتها وسمعتها، كما أنها تتفادى الحملات الدعائية المغرضة. كما شكلت شركة بي بي فريقا بقيادة نيل شبمان Neil Chapman لإدارة الأزمة اتصاليا حيث تم التركيز على توظيف شبكة الإنترنت خاصة شبكات التواصل الإجتماعي، ولتحقيق هذا الهدف تم إنشاء 8 مواقع إلكترونية، والشكل رقم 1 يوضح جليا توظيف بي بي لتويتر Twitter في عملية التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف بهدف ضمان وصول رسائلها وأخبارها مباشرة من دون وسطاء.



شكل رقم 1. توظيف بي بي لتويتر لتوصيل رسائلها

كما ركزت إستراتيجية بي بي الاتصالية على وضع أكبر عدد ممكن من صور الفيديو على شبكة الإنترنت لإبراز جهودها في التحكم في تدفق النفط، كما استخدمت الويب كاست Webcasts والرسائل القصيرة لتوصيل رسائلها وأخبارها للرأي العام (Croteau, 2011).

التغطية الإعلامية والاتصالية

تعد التغطية الإعلامية والاتصالية أداة مهمة في التحكم في تدفق المعلومات؛ لأنها تتيح للمنظمة فرصة تقديم وجهة نظرها والرد على الإنتقادات المختلفة. حاول الباحث في هذه الدراسة رصد اتجاهات وطبيعة التغطية الإعلامية من حيث طبيعتها وتوجهاتها. تم تحديد الفترة الزمنية الممتدة من 20 أبريل 2010 إلى غاية 1 سبتمبر 2010 لرصد اتجاهات التغطية الإعلامية وتمثل هذه الفترة أوج فترات الأزمة وتداعياتها.

قام الباحث، خلال الفترة الزمنية المذكورة أعلاه، برصد جميع الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية التي قامت بها شركة بي بي للتعبير عن وجهة نظرها والرد على الحملات الإعلامية المنتقدة لها؛ وقد تمكن الباحث من وضع الجدول التوضيحي التالي معتمدا على الأخبار والمعلومات المنشورة على الموقع الإلكتروني لشركة بي بي، ورصد أنشطتها على شبكة الإنترنت وعلى الفيس بوك.

جدول رقم (1)	الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية الخاصة بشركة بي بي BP		
التسلسل	النشاط	العدد	النسبة %
1	المؤتمرات الصحفية	4	1.68
2	الحملات الإعلانية	18	7.56
3	المقابلات الصحفية	2	0.84
4	الزيارات الميدانية	3	1.26
5	الأخبار Press Release	121	50.84
6	الرسائل الإلكترونية على شبكة الإنترنت	54	22.68
7	برامج المسؤولية الإجتماعية	36	15.12
	المجموع	238	100

إنطلاقا من الجدول رقم (1) يمكن التأكيد على أن الإستراتيجية الاتصالية والإعلامية والترويجية التي تبنتها بي بي هي استراتيجية تضمن لها الحضور الإعلامي البارز من جهة، وتدافع عن وجهة نظرها وسمعتها التي تأثرت بشكل سلبي بسبب أزمة تسرب النفط من جهة أخرى.

كما تميزت هذه الإستراتيجية بالتنوع في الوسائل التي استخدمتها بي بي في أنشطتها الاتصالية والإعلامية بحيث أنها لم تركز على الوسائل التقليدية كالمؤتمرات الصحفية والحملات الإعلانية والتغطيات الإخبارية فقط، بل وظفت وسائل عصرية كشبكات التواصل الاجتماعي ومخاطبة الجمهور من خلال برامج المسؤولية الإجتماعية كتنظيف الشواطئ وتقديم مساعدات وتعويضات للمتضررين وتوظيف بعض العمال الذين فقدوا عملهم بسبب تلوث البحر كالصيادين وعمال الفنادق في برامج تنظيف الشواطئ والتحكم في البقعة النفطية.

تمثل برامج المسؤولية الإجتماعية 15.12 ٪ من مجموع الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية، وهي نسبة مهمة لأنها تعكس قدرة المنظمة على تحمل مسؤولية ما حدث كما ذكر كومبس في نظرية اتصال الأزمة الموقفي، سيما أن هذه الأنشطة تساعد المنظمة في إعادة بناء الصورة الذهنية الإيجابية.

تمثل نشرات الأخبار Press Release نسبة 50.84٪ من مجموع الأنشطة الاتصالية

والإعلامية والترويجية، وهي أعلى نسبة مقارنة ببقية الأنشطة. وتؤكد هذه النسبة حرص بي بي على توجيه رسائل ومضامين إخبارية تعكس رؤيتها وتوجهاتها. كما تعكس هذه النسبة قدرة بي بي على أن تكون هي المصدر الأساسي للأخبار والمعلومات، وهذا ما يؤكد عليه كومبس في نظرية اتصال الأزمة الموقفي.

إهتمت بي بي بالرسائل الإلكترونية على شبكة الإنترنت بشكل كبير، حيث إحتلت هذه الرسائل المرتبة الثانية بنسبة 22.68٪ من مجموع الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية ما يؤكد قدرة بي بي على توظيف مختلف الوسائط التكنولوجية بما فيها شبكات التواصل الإجتماعي كالفيس بوك والتويتر ومواقع إلكترونية عديدة، حيث قامت بنشر العديد من الأخبار والرسائل الإلكترونية والرد على تساؤلات وانتقادات الجمهور، كما قامت بنشر مقاطع فيديو لفرق تنظيف الشواطئ وعمليات جمع النفط ومحاصرة البقعة النفطية.

في حقيقة الأمر، فإن حضور بي بي على شبكات التواصل الإجتماعي لم يكن بالشكل الكبير إذ كان بإمكانها أن تكثف هذا الحضورنظراً لحجم الأزمة التي تعرضت لها من جهة، ولقدراتها المادية والبشرية من جهة أخرى، وقد يعود سبب ذلك إلى حرص بي بي على مصداقيتها وسمعتها، لأنها مدركة أن مسؤوليتها مباشرة وكبيرة في الأزمة، كما أن وقوع ضحايا لا يمكن تبريره بأي شكل من الأشكال.

بالرغم من أهمية توظيف المقابلات الصحفية في إدارة الأزمات؛ إلا أن بي بي لم تعتمد عليها كثيرا، وقد جاءت في آخر الترتيب بنسبة 0.84٪ من مجموع الأنشطة الاتصالية والإعلامية والترويجية؛ وقد يعود سبب ذلك لغياب المعطيات والتبريرات المنطقية لحدوث الأزمة من جهة، وتفاقم نتائجها يوما بعد يوم من جهة أخرى ما يصعب من عملية إقناع رجال الإعلام بوجهة نظر المنظمة.

وفي هذا الإطار يمكن تفسير النسب المتدنية لتوظيف المؤتمرات الصحفية 1.68٪ والزيارات الميدانية للإعلاميين لمكان حدوث الإنفجار٪ 1.26 لتفادي بي بي مواجهة رجال الإعلام والرأي العام بشكل مباشر نظراً لتقصيرها الكبير في إجراءات إدارة المخاطر، خاصة أن التقرير الداخلي للخبراء قد نبه بي بي لإمكانية حدوث إنفجار في المنصة سنة من قبل وقوعه؛ إلا أنها لم تتخذ الإجراءات اللازمة لتفادي هذا الخطر.

فيما يخص حجم واتجاه التغطية الإعلامية للأزمة، سواء تغطية بي بي أو بعض المنتقدين لها خلال فترة الدراسة إعتمد الباحث على نفس نتائج الجدول رقم 1 لخاص بتغطية بي بي؛ بينما اعتبر ما نشر على الفيس بوك من رسائل ومقاطع فيديو وإعلانات لمنظمات المجتمع المدني وقادة الرأي والمؤسسات الإعلامية مادة البحث لدراسة مسار التغطية الإعلامية السلبية.

جدول رقم (2)	يوضح الرسائل المنشورة على الفيس بوك من طرف منظمات المجتمع المدني والرأي العام					
التسلسل	النشاط	العدد	النسبة %	التغطية السلبية	التغطية الإيجابية	التغطية المحايدة
1	الرسائل الخاصة (التغريدات)	21330	73.09	97.19	2.81	0
2	حملات مقاطعة	5	0.01	100	0	0
3	الحسابات الخاصة بالمنظمات	6772	23.20	93.25	6.75	0
4	مقاطع فيديو	201	0.68	69.78	30.22	0
5	الصور والتعليقات	195	0.66	73.61	26.39	0
6	الأخبار والتعليقات	425	1.45	89.52	10.48	0
7	رسوم كاريكاتورية	254	0.87	100	0	0
المجموع		29182	100	100		

يظهر من الجدول رقم (2) أن 73.09 ٪ من مجموع الرسائل المنشورة على الفيس بوك من طرف المنظمات الأهلية والرأي العام هي التغريدات وهذا ما يبرز حاجة الرأي العام للتعبير عن وجهة نظره اتجاه أزمة بي بي، وقد أظهرت نتائج تحليل اتجاه هذه الرسائل أن 97.19 ٪ من مجموع التغريدات كان سلبيا، حيث

ركزت في معظمها على تقصير بي بي في إجراءات تفادي الإنفجار، كما ذكر العديد من المغردين تأخر الشركة في إعلام الرأي العام بحقيقة ما حصل، وأبرز البعض الآخر خطورة ما حصل على البيئة والحياة البحرية.

أما بالنسبة للتغريدات الإيجابية فقد وصلت نسبتها 2.81 ٪ أي نسبة ضعيفة جدا نظراً للأخطاء التي وقعت فيها بي بي في إدارة أزمتها. أكدت معظم هذه التغريدات الإيجابية على أن الشركة هي ضحية أخطاء تقنية. كما ركزت بعض التغريدات على جهود بي بي في تقديم المساعدات المباشرة للمتضررين، واعتبر بعض المغرّدين أن بي بي لها خطط واضحة للتحكم في الأزمة وبالتالي من الواجب الوقوف بجانبها.

جاءت الحسابات الخاصة بالمنظمات في المرتبة الثانية بنسبة 23.20 ٪ وتؤكد هذه النسبة حرص الجمعيات الأهلية والمنظمات الحقوقية ووسائل الإعلام المحلية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية الدفاع الكامل عن البيئة وحقوق عمال الصيد والمرافق السياحية وجميع ضحايا هذه الكارثة البيئية. وتؤكد نتائج هذه الصفحات تطابق نتائج التغريدات، حيث وجهت 93.25٪ من هذه الحسابات الخاصة بالمنظمات انتقادات مباشرة لبي بي لتأخرها في تقديم التعويضات للمتضررين (Southwest Florida Community Foundation https://www.facebook.com/SWFLCF) وغياب الشفافية في إجراءات التدخل لحل الأزمة (Public Citizen: https:// www.facebook.com/publiccitizen) والتقصير في حماية الحيوانات البحرية. (CNN: www.cnn.com/2010/TECH/.../facebook.bp.controversy/)

بالرغم من أن نسبة حملات المقاطعة لشركة بي بي لم تشكل سوى 0.01 ٪ من مجموع الرسائل المنشورة على الفيس بوك؛ إلا أنها استطاعت أن تجند أعدادا كبيرة ومن أهم هذه الصفحات صفحة مقاطعة بريتش بتروليوم وكل الشركات التابعة لها على الفيس بوك، وقد انضم إليها أكثر من 800.000 عضو؛ إلا أن هذه الصفحة تم إغلاقها من طرف الفيس بوك من دون سابق إنذار أو سبب مقنع لا سيما أن المجموعة لم ترتكب مخالفات قانونية. وقد اعتبرت قناة السي آن آن (CNN, 2010) ومجموعة سيتزن (Citizen:https://www.citizen.org/boycott-bp)، و The Gulf

Coast Community Foundation هذا الإغـلاق تدخـلا غيـر مـبرر لمنع الإنتقـادات الموجهة لبريتش بتروليوم على صفحة الفيس بوك. نجحت الحملة الإعلامية المنتقدة للفيس بوك داخل الولايات المتحدة الأمريكية في إعادة فتح الصفحة. وقد بررت إدارة الفـيس بوك قـرار الإغـلاق بأنه ناتج عن خطأ تقني لا غيـر. وعليـه، يمكن التساؤل عن جدية هذا التبرير؟ ومن صاحب المصلحة في غلق هذه الصفحة في فترة الأزمة؟ هل المعلومات والدعوة لمقاطعة بي بي عبر صفحة الفيس بوك هي خطر على سمعة وصورة الشركة؟



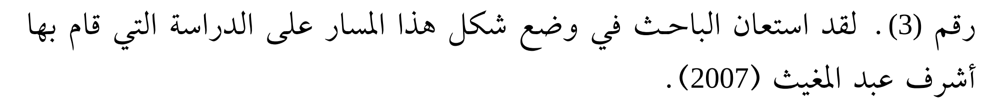
شكل رقم 2. الدعوة لمقاطعة بي بي على الفيس بوك

http://www.pcinpact.com/news/58003-facebook-boycott-bp-censure.htm

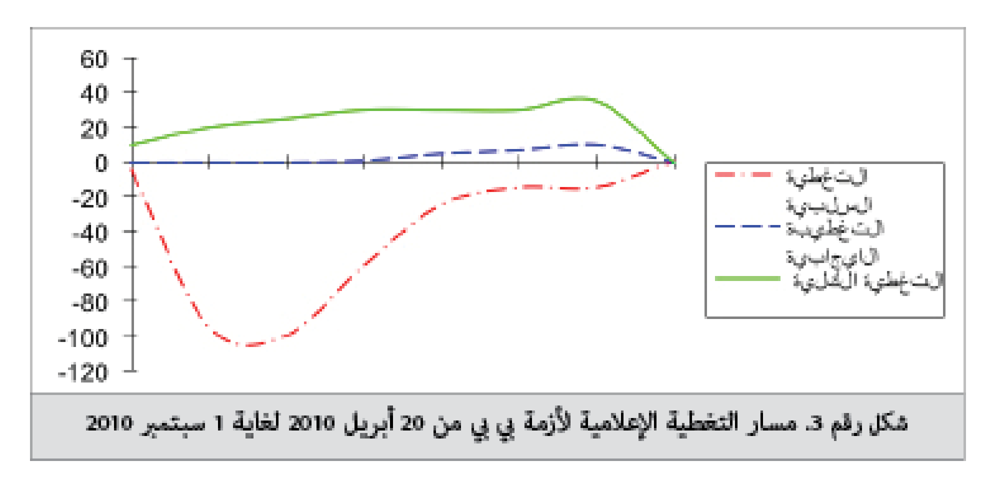
ركزت 69.78٪ من مقاطع الفيديو على المشاهد السلبية كتلوث البحر والشواطئ وموت الأسماك والطيور وتوسع البقعة النفطية واشتعال النار بالمنصة. نفس هذا التوجه السلبي للتغطية الإعلامية قد عبرت عنه كل الرسوم الكاريكاتورية.

الملاحظ من الجدول رقم (2) غيـاب الرسائل والمضـامين والبرامج الاتصـالية والإعلامية المحايدة، وقد يعود سبب ذلك إلى طبيعة مضمون الرسائل المدروسة لعلاقتها مباشرة بموضوع الأزمة؛ إذ أن هذه المضامين تعبر عن اتجاهات ومواقف معينة، كما أن طبيعة وحجم تداعيات أزمة بي بي لا تسمح بوجود خطاب محايد.

إنطلاقـا من نتائج الجـدولين رقم (1) و(2) تم تحـديد طبـيعـة واتجاه التـغطيـة الإعلامية الخاصة بأزمة بي بي خلال فترة الدراسة على النحو الموضح في الشكل



رقم (3). لقد استعان الباحث في وضع شكل هذا المسار على الدراسة التي قام بها أشرف عبد المغيث (2007).



شكل رقم 3. مسار التغطية الإعلامية لأزمة بي بي من 20 أبريل 2010 لغاية 1 سبتمبر 2010

يظهر لنا من مسار التغطية الإعلامية لأزمة بي بي أن المسار السلبي، المبين في الشكل رقم (3) باللون الأحمر المتقطع وبالسهم النازل، هو الطاغي على كل هذه التغطية. ويعود سبب ذلك لعدة اعتبارات لعل أهمها قوة وفعالية التغطية الإعلامية والأنشطة المنتقدة لشركة بي بي كما هو واضح جليا في الجدول رقم (2). بالإضافة إلى ذلك، فإن بي بي بحكم مسؤوليتها الكبيرة في حدوث الإنفجار وعدم تفعيلها لخطط إدارة المخاطر قبل حدوث الأزمة قد جعلها تتخبط في مشاكل عديدة ومنها إختيار الإستراتيجية الاتصالية المناسبة وإدارة المعلومات والوقت وقضايا التعويضات، ما أفقدها القدرة على الحركة والفاعالية في عملية الاتصال، وفي هذا الإطار أكد لي (Li, 2011) أن بي بي لم تتعرض للإنتقاد بسبب أزمة تسرب النفط فقط؛ وإنما لسوء إدارتها للأزمة ما عقد من عملية إعادة بناء صورتها الذهنية.

يؤكد مسار التغطية الإعلامية في بدايته، من 20 أبريل إلى 20 يونيو 2010، إلى ذروة المسار السلبي للأزمة وضعف المسار الإيجابي، وهذا راجع لحجم الأزمة وتداعياتها المختلفة على البيئة وزيادة أعداد العاطلين عن العمل وتوسع مساحة البقعة النفطية ما زاد من حجم الإنتقادات للشركة؛ إلا أنه بمجرد أن تمكنت بي بي من السيطرة على تدفق النفط في 28 أبريل 2010 وأن تتحكم في البقعة النفطية في 30 مايو 2010 باستخدام سدود عائمة بهدف منعها من الإقتراب من الساحل

الأمريكي، وكذا القيام بعملية Top Kill والمتمثلة في سد البئر النفطي المتسبب في هذه الكارثة البيئية في 28 يونيو 2010 وتفعيل برامج المسؤولية الإجتماعية وتقديم المساعدات والتعويضات تحسن المسار الإيجابي نسبيا، كما هو مبين في الشكل رقم 2 باللون الأزرقا لمتقطع أو بالسهم الصاعد، وهذا ما يؤكد أن بي بي قد اعتمدت في إستراتيجيتها الاتصالية والإعلامية على تقديم حلول عملية للتحكم في تدفق النفط وبرامج دعم المجتمع المحلي.

تميزت التغطية الإعلامية الكلية لأزمة بي بي، كما هو مبين في الشكل رقم 3 باللون الأخضر المتواصل، بالكثافة ويظهر هذا الأمر في الجدولين رقم 1 و2. كما عكست هذه التغطية الإعلامية أهم الاتجاهات السائدة سواء المساندة لبي بي أي التغطية الإيجابية أو المعارضة لبي بي أي التغطية السلبية. إضافة إلى ذلك تميزت هذه التغطية بتنوع وسائل الاتصال والإعلام المستخدمة كشبكات التواصل الإجتماعي والحملات الإعلانية والرسوم الكاريكاتورية ومقاطع الفيديو.

توظيف نظرية الإسناد Attribution Theory

يؤكد كمبس في نظرية اتصال الأزمة الموقفي أن التحكم في الموقف الأزموي يتطلب من المنظمة توظيف نظرية الإسناد (Attribution Theory Weiner, 1996: 197)، حيث تؤكد هذه النظرية أن وسائل الإعلام تبحث دائما عن المتسبب الرئيسي في الأزمة ما يدفع المنظمات للبحث عن الضحية سواء داخل المنظمة أو خارجها لتظهر بالمظهر الجيد. وعليه، فإن من مصلحة المنظمة حسب نظرية الإسناد أن تبرر حدوث الأزمة بأخطاء بعض الموظفين أو أي جهة داخلية أو خارجية وهذا ما يجعل الأزمة لا تنسب للمنظمة بل للموظف.

وفي حقيقة الأمر، فإن هذا التوظيف في بعض الأحيان غير أخلاقي وغير قانوني لأن تحميل كل ما يحصل لموظف أو أي طرف آخر غير مقبول أخلاقيا، كما أن هذا الأمر لا يعفي المنظمة من مسؤوليتها المباشرة في حدوث الأزمة سيما أن هذا الموظف تم تدريبه من طرف المنظمة.

تفادت بي بي منذ بداية الأزمة إطلاق اسمها على هذه المشكلة التي أدت إلى تسرب النفط في خليج المكسيك حتى لا يتم إسنادها لها مباشرة حفاظا على

سمعتها وصورتها الذهنية؛ وقد أطلق عليها تسمية أزمة ديب ووتر هوريزون Deep Water Horizon وهو اسم منصة إستخراج النفط التي حدث فيها الإنفجار، وتتبع ملكية هذه المنصة شركة من كوريا الجنوبية. وقد قامت بي بي بإسناد هذا الإنفجار لخطأين: تقني Technical Failure وإنساني Human Error Mason, 2014: 84 وبالتالي فإن الخطأ غير مقصود ومسؤولية الشركة ليست كبيرة في نظر بي بي؛ إلا أن حملة الإنتقادات وتداعيات الأزمة دفعت بالشركة للإعتراف بمسؤوليتها الكاملة.

توظيف نظرية إعادة بناء الصورة Image Restoration Theory

إستطاع كمبس توظيف نظرية إعادة بناء الصورة في نظرية اتصال الأزمة الموقفي، سيما أن التحكم في الموقف الأزموي يتطلب حسب مؤسس نظرية إعادة بناء الصورة الذهنية وليام بنوى William Benoit توجيه تصور Perception الجمهور للقيم والإنجازات الإيجابية للمنظمة. كما يتم التركيز في عملية إعادة بناء التصور على ما قدمته المنظمة للمجتمع المحلي كبناء المدارس ودعم مشاريع الشباب ومساعدة ذوي الإحتياجات الخاصة. تؤكد عملية إعادة بناء التصور أن المنظمة قد تخطئ أو تمر بأزمة، إلا أنها قد ساهمت وتساهم في خدمة المجتمع. وقد قامت بي بي في إستراتيجية إعادة بناء التصور بالتركيزعلى الرسائل الاتصالية والإعلانية الإيجابية الهادفة لخلق شعور بالتعاطف مع شركة بي بي، وذلك من خلال التركيز على دورها في توظيف عدد كبير من الصيادين وعمال الفنادق ممن تضرر من الأزمة في كل عمليات تنظيف الشواطئ والتحكم في البقعة النفطية وإنقاذ الحيوانات. كما ركزت الرسائل الاتصالية والإعلانية على تمويل بي بي لفرق تنظيف الشواطئ، وقد خصصت الشركة لهذا الغرض مبلغ 6 مليون دولار يوميا (Croteau, 2011).



شكل رقم 4: تنظيف الشواطئ من طرف فرق شركة بي بي

يوضح الشكل رقم 3 واجهة الموقع الرسمي لشركة بي بي خلال فترة الأزمة، حيث تبرز هذه الواجهة فرق تنظيف شواطئ فلوريدا وقد أختير لون لباس هذه الفرق بالأصفر والأخضر وهي ألوان بي بي الرسمية. ويؤكد لون لباس هذه الفرق رمزية تحمل الشركة لمسؤوليتها في تنظيف الشواطئ وإلتزامها اتجاه خدمة المجتمع المحلي.

وفي نفس السياق قامت الشركة بتوظيف ناطق رسمي لها من المجتمع المحلي من مدينة فلوريدا Florida وهو داريل وليس Darryl Willis ما يبرز قدرة المنظمة على مخاطبة الجمهور المحلي بالرسائل التي تحاكي واقعه وهمومه.

فيما يخص التكتيكات المستخدمة في إدارة الأزمات والمتمثلة في نموذج 4 Rs حيث يتضمن هذا النموذج ما يلي: الإعتذار Regret والحل Resolve والإصلاح Reform والتعويض Restitution (Caywood &Englehart, 2003: 48) في بداية الأزمة لم تعترف بي بي بالخطأ؛ إلا أن تداعيات الأزمة دفعتها لتغيير موقفها وتبنت تكتيك الإعتذار حيث قدم المدير العام توني هاورد Tony Hayward إعتذار الشركة الرسمي، كما إستخدمت بي بي تكتيك التعويض حيث قدمت تعويضات للضحايا قدرة ب 20 مليار دولار، بالإضافة لمبلغ 360 مليون دولار لبناء جزر إصطناعية لحماية شواطئ لويزينا Louisiana كمساعدة لتحسين معيشة السكان في هذه المنطقة التي تشهد كوارث طبيعية بسبب الأعاصير الموسمية.

الخاتمة

أظهرت النتائج أن مسار التغطية الإعلامية الكلية خدمت لحد ما إستراتيجية بي بي، سيما أنها في بدايتها عكست بشكل واضح التغطية السلبية المنتقدة لبي بي؛ إلا أن هذا المسار سرعان ما تحول لصالح التغطية الإيجابية نظراً لتحكم بي بي في تدفق النفط وكثافة أنشطتها الاتصالية والإعلامية وتقديم الإعتذار والتعويضات معا كما أنها تبنت سياسة خدمة المجتمع المحلي، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص على أن الأخطاء التنظيمية والاتصالية التي وقعت فيها بي بي جعلتها تتبنى تكتيك الإعتذار والتعويض.

أبرزت الدراسة أن توظيف بي بي للمقاربات الاتصالية التي أكدت عليها نظرية

الاتصال الموقفي لكومبس قد أسهمت في إدرة الأزمة بشكل مقبول خاصة بعد فترة التحكم في تدفق النفط، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية التي تعتبر نظرية اتصال الأزمة الموقفي الإطار المعرفي والمنهجي المناسب لإدارة أزمة بي بي. وفي هذا السياق يمكن القول أنه بالرغم من أن شركة بي بي خسرت ما يقارب 40 مليار دولار ما بين شهر أبريل وأغسطس 2010، ودفعت ما يزيد عن 20 مليار دولار كتعويضات؛ إلا أنها خصصت ما يقارب 50 مليون دولار شهريا لإدارة حملتها الاتصالية والإعلامية، وهذا ما يؤكد أهمية المقاربة الاتصالية والإعلامية التي جاءت بها نظرية الاتصال الموقفي.

تؤكد هذه الأرقام أن عملية إعادة بناء التصور المرتبط مباشرة ببناء الصورة الذهنية Image Building وإدارة السمعة Reputation Managment لبي بي كما يؤكد على ذلك وليام بنوى William Benoit ليس لها ثمن مادي، سواء قبل أو أثناء أو بعد الأزمة. وما يؤكد هذه الفكرة أن بي بي بعد 18 شهرا من الأزمة حصلت على إذن من الحكومة الأمريكية يسمح لها التنقيب عن النفط في خليج المكسيك، كما أن أرباحها بدأت في الإرتفاع في نهاية 2011 وارتفعت كذلك أسهم الشركة في بورصة لندن بـ5٪ في 2013، وبالتالي فإن بي بي قد استطاعت إعادة الإعتبار نسبيا لسمعتها وصورتها في السوق النفطية.

كما يمكن التأكيد على أن بي بي قامت بوضع إستراتيجية اتصالية وإعلامية تميزت بالتنوع في توظيف مختلف وسائل الاتصال والإعلام نظراً لمسؤوليتها الكبيرة في حدوث الأزمة، لهذا السبب فإن الفرضية الثالثة لم يتم تأكيدها لأن بي بي لم تعتمد على شبكات التواصل الإجتماعي فقط للتواصل والتفاعل مع قادة الرأي ووسائل الإعلام والجمهور المستهدف محليا وعالميا، بل عمدت لتوظيف مختلف وسائل الإعلام والاتصال وكذا برامج المسؤولية الاجتماعية وتقديم خدمات للمجتمع المحلي.

لقد أبرزت نتائج الدراسة أن بي بي قد تمكنت من إدارة أزمتين في نفس الوقت؛ ذلك أن سوء إدارتها للإنفجار وصعوبة التحكم في تدفق النفط وتبعاته على البيئة وتخبطها الواضح في إستراتيجيتها الإعلامية والاتصالية في بداية الأزمة، كما هو موضح في الشكل رقم 3، قد أدخلها في أزمة إضافية تمثلت في سوء

إدارتها لتبعات الأزمة إعلاميا وبيئيا وسياسيا، سيما أن الحملات الإعلامية المنتقدة لبي بي في الولايات المتحدة الأمريكية قد دعت لمقاطعة كل الشركات التابعة لها، كما واجهت بي بي إنتقادات كثيرة من طرف الرأي العام والإدارة الأمريكية ومنظمات المجتمع المدني داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، وهذا ما جعلها تقع في أخطاء اتصالية بما في ذلك عدم وضوح خطابها الإعلامي وأخطاء تنظيمية تمثلت في غياب خطة عمل Action Plan واضحة ومقنعة لإدارة الأزمة؛ ولكن بمجرد أن تحكمت بي بي في تدفق النفط بعد سد البئر المتسبب في هذه الكارثة البيئية في 28 يونيو 2010 تبنت إستراتيجية اتصالية وإعلامية جديدة أكثر وضوحا وإقناعا؛ لأنها تميزت بالتنويع في توظيف وسائل الاتصال والإعلام من جهة، والتركيز على خطاب واضح مفاده أن بي بي تملك خطة واضحة لإعادة تأهيل الشواطىء والقضاء على البقعة النفطية من جهة أخرى، كما ركزت على برامج المسؤولية الإجتماعية وخدمة المجتمع المحلي.

مراجع البحث السادس

أشرف عبد المغيث، "دور العلاقات العامة في تفعيل عناصر الاتصال أثناء الأزمات: دراسة حالة بأسلوب إعادة البناء بالتطبيق على أزمة غرق العبارة المصرية"، العدد 21 يوليو – سبتمبر، 2007، ص.ص. 39 – 56.

محمد قيراط، "الإرهاب والإعلام: بين الوطنية وحق المعرفة والابتزاز" بحوث مؤتمر جامعة الشارقة حول موضوع "الإعلام والأزمات: الرهانات والتحديات"، منشورات كلية الدراسات العليا والبحث العلمي – جامعة الشارقة، 2012، ص. ص. 53– 78.

محمد عبد الكافي، "قمة المناخ" بكوبنهاغن: خطوة إلى الأمام، أم خيبة أمل؟" مجلة الإذاعات العربية. اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 1، مايو 2010، ص. 21.

نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، بحوث مؤتمر جامعة الشارقة حول موضوع "الإعلام والأزمات: الرهانات والتحديات"، منشورات كلية الدراسات العليا والبحث العلمي – جامعة الشارقة 2012، ص. ص. 81– 102.

Austin, L. Fisher, B & Jin, Y. (2012). “How Audience Seek Out Crisis Information: Exploring the Social Mediated Crisis Communication Model.” Journal of Applied Communication Research, 40(2), 188-207.

Coombs, W. T. (2013 a). “Situation Crisis Communication Theory.” (January 5, 2014). Retrieved from: http://en.wikipedia.org/w/index.php”

Coombs, W.T. (2007 b). “Protecting Organization Reputations during a Crisis: the Development and Application of Situational Crisis Communication Theory.- Corporate Reputation Review, 10(3), 163-176.

Coombs, W. T. (2004 c). “Impact of Past Crises on Current Crisis Communication: Insights from Situational Crisis Communication Theory” Journal of Business Communication, 41(3), 265-289.

Coombs, W. T. (2014d). “Ongoing Crisis Communication.” 4th Edition, New York: Sage Publication, Inc.

Coombs, W. T. (2014 e). “Applied Crisis Communication and Crisis Management.” New York: Sage Publication, Inc.

Cherry, J. (2010). “Crisis Intervention and Prevention.” NJ: Pearson Education.

Callahan. S. (2003). “Others Crank Up Crisis Communications” B to B. 88(14), 11-13.

Croteau, E & All. (2011). “BP: Gestion de la Communication de Crise.” (March 11, 2013). Retrieved from: http://fr.slideshare.net/teeyah27/bp-gestion-de-la-communication-de-crise#13909776809141&hideSpinner

Chauvet, A . (2010). “Marée Noire: BP Coulé par une Mauvaise Communication”?

(June 2, 2012). Retrieved from: http://www.20minutes.fr/planete/574907-maree-noire-bp-coule-mauvaise-communication

Caywood, C. & Englehart, H. (2003). “Crisis Management: The Model Unchanged but the Costs are Skyrocketing.” Journal of Integrated Communications, 2003, 46-50.

Center, A. & Jackson, P. (2002). “Public Relations Practices.” Sixth Edition. New Jersey: Prentice Hall.

CNN. (2010). “Face Book has Deleted Boycott BP, Leaving Almost 800,000 Fans Hanging.” (June 28, 2011). Retrieved from: http://ireport.cnn.com/docs/DOC-466703

Fortier, S. (2012). “Un Risque Représente une Opportunité.” (April 8, 2013). Retrieved from: http://www.riskisopportunity.net/docs/act-2009-montreal-french.pdf

Hyang, Y. H. (2008). “Trust and Relational Commitment in Corporate Crises: The Effects of Crisis Communicative Strategy and Form of Crisis Response.” Journal of Public Relations Research, 20, 297-327.

Heiderich, D. (2012). “Magazine de la Communication de Crise.” (March 18, 2013). Retrieved from: www.communication-sensible.com

Jin, Y. (2009). “The Effects of Public’s Cognitive Appraisal of Emotions in Crises on Crisis Coping and Strategy Assessment.” Public Relations Review. 35(3). 310-313.

Jeong, S. (2008). “Public Responses to an Oil Spill Accident: A Test of the Attribution Theory and Situation Crisis Communication Theory.” Public Relations Review, 35(1), 307-309.

Li, M. (2011). “US Blames Management for BP Oil Spill”. (April 3, 2013). Retrieved from: https://www.investorschronicle.co.uk

Mason, A. (2014). “The Impact of Media Frames and Treatment Responsibility within the Situation Crisis Communication Theory Framework.” Corporate Reputation Review, 17, 78-90.

Roach, T. (2004). “Management of Crises Communication.” Chicago: Rock Products.

Seong, E & Han, P. (2013). “Social Media Use During Japan’s 2011 Earthquake: How Twitter Transforms the Locus of Crisis Communication.” Media International Australia, 8(1), 28-40.

Smith, L. “How Public Respond to Crisis Communication Strategies: The Interplay of

Information from and Source Institute for Crisis Management." (July 10, 2013). Retrieved from: www.crisisexperts.com

Utz, S. (2013). "Crisis Communication Online: How Medium, Crisis Type and Emotions Affected Public Reactions in the Fukushima Daiichi Nuclear Disaster." Public Relations Review, 39(1), 40-46.

Weiner, B. (1996). "Searching for Order in Social Motivation." Psychological Inquiry, 7, 197-214.

Wikipedia. A. "Conflict in the Niger Delta." (December 1, 2013). Retrieved from: http://en.wikipedia.org/wiki/Conflict_in_the_Niger_Delta

Wikipedia. B. "Deepwater Horizon." (January 26, 2014). Retrieved from: http://fr.wikipedia.org/wiki/Deepwater_Horizon

Wikipedia.C. "Reactions to the Deep Water Horizon Oil Spill." (January 18, 2014). Retrieved from: http://en.wikipedia.org/wiki/Reactions_to_the_Deepwater_Horizon_oil_spill

مواقع إلكترونية:

Public Citizen: https://www.facebook.com/publiccitizen

Citizen:https://www.citizen.org/boycott-bp

Southwest Florida Community Foundation: https://www.facebook.com/SWFLCF

http://www.bp.com

https://www.facebook.com/bp-

https://www.facebook.com/BPAmerica

https://www.facebook.com/pages/Boycott-BP/119101198107726-

http://www.pcinpact.com/news/58003-facebook-boycott-bp-censure.htm

7

البحث السابع

الاستراتيجيات الإعلامية لإدارة الأزمات المالية

دراسة تطبيقية على مؤسستي

BNP Paris Bas & Société Generale

د. يامين بودهان

قسم الإعلام والاتصال – جامعة سطيف 2

ملخص:

تعرض العالم مع بدايات عام 2008 الى غاية نهايات عام 2010 لأزمة مالية قيل بأنها الأسوأ، ربما منذ أزمة الكساد الكبير على حد تعبير الخبراء الاقتصاديين، عصفت الأزمة باقتصاديات الكثير من الدول، وتداعت عدد من المؤسسة المالية معلنة إفلاسها، وسرح الآلاف من الموظفين من مناصبهم، واستشرى هلع وذعر كبيرين في قلوب الناس مخافة انهيار اقتصادي وشيك. لطمأنة الرأي العام وإعادة الثقة إلى نفوسهم وإبعاد الخوف والإحباط عنهم، لجأت الكثير من المؤسسات إلى الاتصال الأزماتي كوسيلة لمعالجة الأزمة أو التخفيف من آثارها وحدتها، وإعادة بناء صورتها، وكذا دفع جماهيرها سواء زبائنها أو مختلف المتعاملين معها لإعادة التعامل معها مجددا، كل ذلك اعتماد على استراتيجيات اتصالية محددة للتعاطي مع هذه الأزمة بشكل فعال، سواء قبل حدوثها أو حين حدوثها أو بعد حدوثها، ومحاولة الخروج منها بأخف الأضرار.

تستعرض هذه الدراسة الاستراتيجيات الاتصالية المعتمدة من قبل مؤسستين ماليتين فرنسيتين BNP Paris Bas , Societé Générale، إذ سنجري دراسة ميدانية تحليلية للاستراتيجيات الموضوعة والمعلنة من قبل المؤسستين للتعامل مع الأزمة، سيما في نطاق التعاطي مع وسائل الاعلام للحفاظ على سمعتهما على المستوى العالمي، خاصة في الفضاء الفرانكفوني والشمال الافريقي الذي تتواجد فيه.

البحث السابع

الاستراتيجيات الإعلامية

لإدارة الأزمات المالية

دراسة تطبيقية على مؤسستي BNP Paris Bas & Société Generale

مقدمة

شهد العالم أزمة مالية عنيفة بدأت منذ عام 2008 أفضت إلى تطورات خطيرة ومتسارعة وبات علاجها عسيرا. أثارت موجة ذعر في الأسواق وفي أوساط المجتمعات، ولم تعد الأزمة المالية الحالية جزئية تقتصر على العقارات، بل طالت كافة مجالات الحياة البشرية، ولم تلد الأزمات المالية من فراغ بل تفاعلت مع الوضع الاقتصادي الكلي الذي عاني في الولايات المتحدة وفي اروبا من مشاكل خطيرة،في مقدمتها عجز الميزانية واختلال الميزان التجاري، وتفاقم المديونية الخاصة والعامة،إضافة إلى الارتفاع المستمر لمؤشرات البطالة والتضخم والفقر. وقادت المعاملات المالية السابقة في النهاية إلى إعسار مالي خطير وجسيم وشلل في التدفقات النقدية الداخلة والخارجة، وأدى إلى انهيار بعض البنوك والمؤسسات المالية التي كانت تتاجر في الديون. (نعوش، 2008)

كانت عواقب هذه الأزمة وخيمة ليس فقط على أمريكا أو اروبا بل على العالم اجمع، على اعتبار أن الأزمة تخلق الذعر والشكوك في نفوس الأشخاص، كما تخلق الفوضى العارمة والانهيار إذا ما استهين بمخاطرها،ولم تحدث استجابة سريعة ومعالجة للأوضاع في أسرع وقت من قبل الحكومات والمؤسسات، لذا فالتعاطي مع الأزمات سواء قبل حدوثها أو حين حدوثها أو بعد حدوثها، ومحاولة الخروج منها بأخف الأضرار هو من لب التسيير الأمثل والإدارة المثلى للازمات،

لذا ارتأينا في هذه المداخلة أن نتناول موضوع معالجة الأزمة المالية العالمية من منظور اتصالي، أو ما يطلق عليه في أدبيات الاتصال بالاتصال الازماتي.

يكمن أساس الاتصالات الفعالة بعد الأزمة في إعلام الرأي العام سواء الجمهور بصفة عامة أو الزبائن الذين يتعاملون مع المؤسسات والشركات بمخاطر الأزمة وخلق الشعور بالثقة في نفوسهم، وإبعاد الخوف والإحباط عنهم، وذلك بإتباع خطوات إستراتيجية لإدارة الاتصال الازماتي بهدف التخفيف من أثار الأزمة المالية عليهم، أو لإعادة الثقة إليهم مستقبلا، وذلك بغرض إقناعهم ودفعهم للتعامل مجددا مع المؤسسات الاقتصادية،وإعادة بناء صورة المؤسسات أو تحسينها أكثر أمام الزبائن. (Bland ,1998: p31)

كفاءة الاتصال في فهم طبيعة الأزمات

قبل أن نتحدث عن سيناريوهات واستراتيجيات الاتصال الازماتي ودوره في التخفيف من حدة آثار الأزمة المالية العالمية،و ذكر بعض النماذج الواقعية عن استراتيجيات تبنتها مؤسسات عالمية لكسب ثقة جماهيرها و طمأنتهم بأنها في صحة جيدة وإعادة بناء ثقتهم فيها من جديد، قبل كل هذا نجد من الضروري الحديث عن المقصود بالاتصال الازماتي و ما هي الاستراتيجيات المتبناة للحد أو علاج الأزمات باختلاف أنواعها ودرجة حدتها، لأننا سنستفيد من دراسة ومعرفة كيفيات تعامل مؤسسات ومنظمات فيما سبق مع أزمات تتشابه فيما بينها في عوامل كثيرة، والمقارنة بينها فيما يتعلق بنوعية الاستجابة، وما الخصائص التي ميزت كل أزمة وكيف كان رد الفعل حيالها سيساعدنا على فهم الأزمة المالية العالمية أكثر، وسيمدنا بمقارنات مفيدة لاستخلاص مسببات الأزمة وعوامل علاجها، وبالتالي سيجعلنا ذلك نختصر المسافات كثيرا ونربح الوقت.

تعد مواجهة الأزمات احد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، حيث تنطوي الأزمة عادة على معلومات مفزعة وتضارب في التصريحات، وعدم دقة البيانات، وقلة الوقت اللازم للتأكد وتحديد المسؤوليات، وتساعد خبرات القائمين على الاتصال في تقليل الخسائر الناجمة عن الأزمة إلى

حدها الأدنى، وأحيانا تساعد كفاءة الاتصال في تحويل تهديد سمعة المؤسسات الناتج عن الأزمة إلى فرصة للاستثمار والخروج بمكاسب مادية ومعنوية، فعند مواجهة الأزمة لا يوجد يقين لما هو اسود أو ابيض، أو ما هو صواب وخطأ، فبعض التصرفات غير المدروسة قد تفتح العديد من المشكلات، وتصرفات أخرى قد تؤدي إلى مشاكل كثيرة. (مكاوي، 2008: ص ص 49-50)

رغم أن بعض الأزمات تؤدي إلى نتائج مأسوية، إلا أن معظم الأزمات لحسن الحظ لا تسبب فقدان الحياة أو القضاء التام على المؤسسات، ولعل تحقيق الاتصال بفعالية يكون العامل الحاسم في صيانة سمعة المؤسسات من التشويه في مواجهة الهستيريا المتصاعدة من جماعات الضغط ووسائل الإعلام العدائية التي تنتفع من الهجوم على الأشخاص أو المنظمات ذات الشهرة والمكانة.

حين تمر المؤسسة بأية أزمة، كحدوث حالة تدهور اقتصادي أو إفلاس، أو تضطر إلى اتخاذ قرارات صعبة كتسريح العمال، أو حدوث أحداث مأساوية، سيقرع حينها جرس الإنذار وسيسمع القاصي والداني بهذه الأزمة التي تمر بها المؤسسة، فإذا ما أراد مسئولي هذه المؤسسة كتم الأخبار إلى غاية إيجاد حلول لهذه الأزمة أو معالجة تداعياتها في السر والكتمان، فإنهم حتما لا يستطيعون، لان أول من يسمع الخبر هم الصحافيون! وإذا سمعه هؤلاء، فإن المؤسسة ستكون أمام تحد متعدد الوجوه، عليها أن تشرح ما يجري للجمهور، خاصة إذا كان الطارئ سيؤثر عليهم، ومن بين هذا الجمهور قطاعات مختلفة تستهدفها المؤسسة بأعمالها (من موردين وشركاء وعملاء ومساهمين وغير ذلك)، وقبل ذلك هنالك الموظفون الذين من حقهم أن يعرفوا ما الذي جرى! (صعيليك، 2008)

هنا يأتي دور الاتصال الازماتي في إدارة الأزمة التي تمر بها المؤسسة، حتى يتم تطويق هذه المشكلة إعلاميا بشكل عقلاني ومنطقي قبل حدوثها وأثناء حدوثها، وبعد حدوثها، الشق الاتصالي للازمة في اعتقادنا قد يكون أكثر أهمية من الشق الإداري لها، وفي حالات كثيرة تعمد كثير من المؤسسات الكبرى عند تشكيل فريق إدارة الأزمة إلى تشكيل فريقين الأول إداري، والثاني مواز للإداري هو الشق الاتصالي، بحيث يعمل الفريقان بشكل متكامل، وتبدأ مهمتهما بشكل متزامن.

وفيما يفترض بالفريقين معا التعامل مع طبيعة المعلومات التي تقدم للأجهزة الرسمية، سيكون على فريق الاتصال مواجهة الإعلام،ومن خلاله قطاعات الجمهور المستهدفة، فيكون بذلك فريق إدارة الأزمة اتصاليا مكلفا بإعلام الرأي العام حول حيثيات الأزمة ومحاولة طمأنته وزرع الثقة فيه، على مستويين اثنين، داخل المؤسسة، وذلك بإعلام الجمهور الداخلي من عمال وموظفين، وخارج المؤسسة، وذلك بإعلام الجمهور الخارجي من زبائن، مؤسسات أخرى، مساهمين.

ما المقصود بالاتصال الازماتي؟

يعرف "برنارد دوباكي" (B. Doubaiki)، اتصال الأزمة على انه عملية الاتصال خلال فترة الصعوبات والكوارث والاضطرابات التي تمر بها المؤسسة (Doubaiki 1996:p159)، عرفته الموسوعة الإعلامية لمنير حجاب بأنه عملية التفاعل اللفظي الشفهي أو المكتوب أو المرئي أو المسموع بين المنظمة وجماهيريها باستخدام وسائل وأساليب اتصالية متنوعة تضمن وصول المعلومات إلى الجماهير قبل وأثناء وقوع الأحداث السلبية الملازمة، وهذه الاتصالات صممت لتقليل الأضرار الواقعة على سمعة المنظمة، وتعتمد على دور ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسساتي في القيام بأنشطة اتصالية متعددة، يتعاملون فيها مندوبي وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة بما يحقق مصلحة المنظمة، ويضمن نقل رسائل تحمل معلومات دقيقة وصحيحة وكافية. (حجاب، 2007: ص 300)

يقصد بالاتصال الازماتي أيضا، كافة الأنشطة الاتصالية التي تمارس أثناء المراحل المختلفة للازمة بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها، وعلى هذا الأساس فان الأنشطة والأدوار الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة أثناء مراحل الأزمة، بما في ذلك أنشطة العلاقات العامة تدخل في إطار اتصالات الأزمة، إن علم اتصالات الأزمة ليس علما دقيقا، حيث بدأ الحديث عنه مع بدايات التسعينيات من القرن العشرين، حيث شهدت حدوث العديد من الكوارث الطبيعية والبيئية والمشاكل الإدارية والصناعية. (Libaert ,2001)

هكذا فإن إدارة الأزمة في المنظور الاتصالي تعني إدارة السمعة (Crisis Repu-tation)، وهي عبارة عن جهود متواصلة تحظى بتعديلات مستمرة تواكب الأحداث

والمستجدات التي تستهدف في النهاية صياغة تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة. (مكاوي، 2008: ص 51). إن نشاطات الاتصال التي تستهدف معالجة الأزمات أو التقليل من أضرارها لا تجرى أو تقام بطرق عشوائية غير مدروسة، بل نجاح الاتصال الازماتي مشروط بإعداد استراتيجيات وخطط مدروسة بطرق علمية، لأن أي عشوائية أو خطوة غير مدروسة قد تؤثر بشكل سلبي، الأمر الذي يضاعف من مخاطر الأزمة ويجعل نتائجها كارثية، كما سيخلق موجة ذعر وهلع كبيرتين لدى الجمهور، لأنهم كانوا يتوقعون عكس ذلك، أي كانوا ينتظرون معالجة الأزمة، وزوال مخاطرها، لذا يجب تكليف فريق اتصالي كفء، يمتلك مهارات اتصالية وقادر على العمل في أوقات الأزمات وتحت ظروف قاسية، وفي جو قد يكون مشحونا ومليئا بالصراعات والمشاكل والنزاعات، إلا أن الأشخاص الذي يكلفون بمهمة الاتصال ومعالجة الأزمات يجب أن يتكيفوا مع هذه الظروف وان يتوقعوا مسبقا المخاطر التي تتهددهم جراء إقبالهم على معالجة الأزمة التي هم بصدد إيجاد حلول لها أو التقليل من مخاطرها.

أضحى الاتصال الازماتي حاليا وظيفة أساسية من وظائف إدارة الاتصال والعلاقات العامة داخل المؤسسات، إذ يعد القائمون بالاتصال ويكونون مهيئون لمعالجة حالات الأزمات والكوارث التي تمر بها المؤسسة، سواء على المستوى الداخلي، أي تحدث الأزمة داخل المؤسسة كحدوث صراعات بين العمال، وحدوث كوارث معينة كوفاة، إفلاس مثلا، أو على المستوى الخارجي، أي يمتد اثر الكارثة ويمس الزبائن والمؤسسات الأخرى والمساهمين...و تلعب الصحافة دورا مهما في إعلام الرأي العام بالأزمة، ومهما حاولت المؤسسة إخفاء الأزمة عن الرأي العام الخارجي فالصحفيون ستصلهم الأخبار وسينشرونها، لذا يجب أن يتحدث احد ما للصحافة، ومن المهم أن يكون هنالك ناطق محدد باسم المؤسسة مدرب لهذه الغايات، وهذا الناطق قد لا يكون بالضرورة المسئول الأول أو الناطق الإعلامي المعتاد... المهم أن يكون مدربا، ومطلعا على ما يتصل بالأزمة، وقادرا على تقديم إجابات موضوعية خاصة للأسئلة المفاجئة، وأن يكون جزء من فريق إدارة الأزمة، والأهم من ذلك كله، أن يدرك دقة وصحة المعلومات التي يقدمها ومناسبة تقديمها. أحيانا قد يكون المطلوب تجنب ذعر عام غير مبرر، لذلك تقدم

معلومة ما بطريقة ما، لكن في ظرف آخر، تكون المعلومة هي الأهم وليس طريقة صياغتها، وهذا ما يضيفه التدريب إلى قدرات الناطق الإعلامي.

لقد تطور الاتصال الازماتي مع بدايات التسعينيات من القرن العشرين،وأصبح يدرس حاليا في الجامعات، و لا تخلو برامج ومناهج الاتصال المؤسساتي من محور الاتصال الازماتي، كما أصبحت وكالات الاتصال والعلاقات العامة تقدم استشارات متخصصة للمؤسسات الخاصة والعمومية حول سياسات معالجة الأزمات التي تعترض المؤسسات، أيضا تحوي اغلب المؤسسات الكبرى على متخصصين في الاتصال والعلاقات العامة من مهامهم الأساسية إدارة الاتصال بفعالية في أوقات الأزمات، وتقديم استشارات ونصائح لمدرائهم ومسئوليهم بغرض تفادي الصراعات والنزاعات والكوارث التي تهدد المؤسسة.

لم يظهر تخصص الاتصال الازماتي من عدم، ولم يتطور بالصدفة، بل هناك عوامل عدة ساهمت في تطوير هذا المجال، نتيجة التطورات الكبيرة التي شهدتها السنوات الأخيرة: كظهور الكوارث الصحية، مثل أنفلونزا الطيور ثم الخنازير، الأمراض المستعصية كالسيدا، السرطان، الكوارث البيئية كالتلوث البيئي، أزمات التغذية، إعادة هيكلة المؤسسات وخوصصتها مما أدى إلى تسريح العمال، كل هذه الأزمات جعلت المؤسسات والمنظمات أمام رهانات كبيرة لإعادة كسب ثقة الرأي العام بعد حدوثها. (مكاوي، 2008: ص 51)

كما ساهم التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال إلى اقتراب أجزاء العالم من بعضها البعض، وبرزت وسائل اتصال جديدة تتيح نشر المعلومات على نطاق واسع وبأقصى سرعة، وتزايدت قدرات وسائل الإعلام في التشهير والنيل من بعض المؤسسات التي تهاجمها من اجل جذب الجماهير لمتابعتها وتحقيق السبق الإعلامي الذي يضمن لها السيطرة والبقاء. (مكاوي، 2008: ص 53)

تصاعد دور جماعات الضغط كان من العوامل المساهمة في تطوير الاتصال المؤسساتي أيضا، فحين تقع أزمة ما داخل المؤسسة تقوم جماعات الضغط بإثارة وسائل الإعلام بهدف الكشف عن الشرير الذي تسبب في وقوعها، أي لابد أن يكون هناك شخصا ما مذنبا.

وغالبا ما تقوم هذه الجماعات بإمداد وسائل الإعلام بالقصص الإخبارية المثيرة، والتي تحرك التعاطف الإنساني وتحفز السياسيين والمحامين على اتخاذ إجراءات مشددة اتجاه بعض المنظمات المتسببة بالأزمة، سيما مع تزايد دور القانون في تأييد جانب الضحايا عند وقوع الأزمات، هذا يعني أن المؤسسات ستحظى بعقوبات شديدة حين تقع في الأخطاء، فيما سبق كان الضحايا يبحثون عن محام يقبل الدفاع عنهم مقابل أتعاب قليلة، لكن الآن يتطوع المحامون عبر وسائل الإعلام لإثبات حقوق الضحايا ويقومون بتوعية الناس بعدم التفريط في حقوقهم.

كيف يصور الإعلام الواقع في أوقات الأزمات؟

يبني الأشخاص آرائهم واتجاهاتهم من خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه عن طريق وسائل الإعلام، وكما يقول ملفين ديفلر (MÅ.Deffleur) فسلوك هؤلاء الأشخاص الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الجارية، لذا ينبغي أن نأخذ بعين الاعتبار دور وسائل الإعلام عند حديثنا عن الأزمة، وخطورة الأزمة لا تكمن فيما حدث فعلا، بل الأهم فيما يتصور انه حدث (مكاوي، 2008: ص 54)، أي حين تحدث كارثة أو أزمة ما ثم تحاط بالسر والكتمان فأثرها سيكون ضعيفا، أما إذا حدثت أزمة ما وبلغت مسامع الصحافة فستقوم الدنيا، ويحدث هلع في أوساط الرأي العام، وقد لا تحدث الأزمة إطلاقا وتكون مجرد إشاعة، لكن حين تنتشر تلك الإشاعات سيصدقها الناس وستحدث الفزع في قلوبهم. من الضروري إذن عند دراسة الأزمة أن نعرف ما يدركه الناس عبر تعرضهم لوسائل الإعلام فيتحول ما رآه الناس وسمعوه وشاهدوه إلى واقع لا يقبل الشك،وبالتالي لابد أن يعرف القائم بالاتصال كيف يخاطب اهتمامات الناس، فالمهم هو الاهتمامات، وليس الوقائع، ذلك أن ما يمثل لنا الواقع الخاص هو بناء للمعنى الداخلي أو الإنساني الناتج عن مؤثرات خارجية تصنع تصوراتنا عن الواقع.

سنعطي مثالا واقعيا عن الإعلام وكيف يصور الواقع في أوقات الأزمات، وهي أزمة أنفلونزا الخنازير التي يشهدها العالم منذ 2008 ووصلت إلى حالة وبائية، حيث أصيب الناس بحالة من الهلع والهستيريا نتيجة نقص المعلومات

الدقيقة المتصلة بهذا المرض مما أدى إلى تصاعد الأزمة، ولم تذكر كثير من وسائل الإعلام حقيقة أن الخنازير غير مصابة بالمرض وليست هي من ينقل العدوى إلى البشر، لذا اعتقد كثير من الناس أن كل الخنازير تهدد الجنس البشري، وحدث أن تم إبادة قطعان كاملة في عدد من أنحاء العالم ، لكن في الآونة الأخيرة استوعبت وسائل الإعلام " الواقع المدرك " من خلال بث حصص إعلامية وتقارير عن طبيعة المرض ومسبباته وكيفيات انتقاله بين البشر، وطرق الوقاية منه، فكانت هذه التقارير الصحفية أساليب اتصالية لإعلان حقيقة المرض، وبالتالي تم انجاز معالجة جيدة لتلك الأزمة في المرحلة الأخيرة من تطور المرض للأسباب التالية :

- تحويل بعض صانعي الرسائل الإخبارية إلى مصادر مستقلة مرئية.
- معالجة القضية على محمل الجد دون تهوين أو تهويل.
- سرعة التصرف.
- جعل الجمهور يشاهد هذا السلوك حتى تصل الحقائق إلى مدركاته (Bland 1998:p p31)

عند التخطيط لمعالجة الأزمات أيا كان شكلها ودرجة حدتها لابد من التعامل بشكل أولوي مع وسائل الإعلام، المكتوبة، السمعية والمرئية، إلى جانب الانترنيت كوسيلة اتصال حديثة، فوسائل الإعلام هي الوسائل الأكثر فعالية للوصول إلى اكبر قدر ممكن من الرأي العام، وتكثيف قنوات الاتصال والتفاعل معه، لرفع درجة الوعي لديه ودفعه للتعاون لحل الأزمة أو الخروج منها بأخف الأضرار، و بمعنويات مرتفعة، وذلك من خلال مده بكافة المعلومات والتداعيات والتطورات الحاصلة والمرافقة للازمة، وتعين وسائل الإعلام أيضا على إيصال المعلومات الصحيحة والصادقة ونشرها بسرعة وحجم كبيرين بين جماهير المؤسسة، لغلق المجال أمام الشائعات والكلام المثبط للمعنويات والمحرف، فذلك من شأنه أن يشوه صورة المؤسسة لدى جماهيرها، وبالتالي فقدان ثقته بها، الأمر الذي يحدث خسارة الطرفين، الجمهور سيحبط نفسيا و يفزع، و المؤسسة ستسوء سمعتها وستخسر زبائنها ومكانتها في السوق.

لابد للمؤسسات أو المنظمات التي تتعرض لأزمة ما أن تبادر بإعلام الصحافة

والاتصال بالصحفيين وإخبارهم بما حدث فعلا باكرا، فلا ينبغي الانتظار حتى تشيع الأخبار لدى القاصي والداني ثم يتم إعلام الصحافة، حينها من الصعب التفاهم مع الصحفيين وكسب ودهم لصناعة قصص إخبارية تخدم المؤسسة وتحول الأزمة إلى فرصة ايجابية، بل العكس من ذلك فتتحول ربما الأزمة إلى كارثة بفعل الانتشار الكثيف للشائعات وعدم وجود معلومات صادقة من مصدر رسمي، نذكر مثالا عن ذلك حين مرض الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة لمدة تفوق شهرا كاملا، وكان بمستشفى عسكري فرنسي، غابت المعلومة الرسمية حول صحة الرئيس مما خلق أزمة ثقة بين المؤسسة الحكومية الجزائرية والشعب، انتشرت الشائعات حين ذاك أن الرئيس قتل إثر كمين نصبه الإرهابيون، وقيل أيضا أن الرئيس مرض ومات، إلا أن مؤسسة الرئاسة لم تضع حدا لهذه الشائعات وتقدم معلومات رسمية للإعلام لطمأنة الشعب الجزائري، حتى قدم مصدر غير رسمي هو المغني "مامي" معلومات تفيد بأنه قابل الرئيس وهو في صحة جيدة.

غياب المعلومات من المصادر الرسمية في أوقات الأزمات يتيح إذن المجال لانتشار الشائعات، لذا يجب التبكير بإعلام الرأي العام عن طريق الصحافة، كوسيلة فاعلة لعلاج الأزمة في وقت مبكر، ولما لا تحويل الأزمة إلى فرصة، من خلال كسب شهرة وسمعة لدى الجماهير، فحين يتم تداول اسم المؤسسة في الإعلام سيترسخ اسم هذه المؤسسة في الأذهان، وسيتذكر الجمهور هذا الاسم لاحقا، فتكون تلك الأزمة سببا أو عاملا ايجابيا حول الأزمة التي مرت بها هاته المؤسسة إلى مكسب ايجابي. إضافة إلى هذا الجانب الايجابي للسبق في إعلام الصحافة بكل طواعية، يوجد عامل آخر مهم أيضا هو إعلام الصحافة طواعية خير من إعلامها بالإكراه، وقد تحدث "بيتر ساندمان" عن هذه القضية، وسماها "بالمخاطرة الطوعية" (قدري، 2003: ص19)، إذ أشار إلى أن المخاطرة الطوعية أكثر قبولا لدى عامة الناس من المخاطرة المكرهة، أي أن السلوك الذي تختار القيام به طواعية أفضل من السلوك الذي تجد أنفسنا خلاله مجبرون على الطاعة، ذلك الإجبار حسبه هو الذي يسبب الإساءة، لذا فالمؤسسة التي تتعرض لأزمة، كالإفلاس مثلا، الأفضل لها أن تعلم جمهورها بطريقتها عن طريق الإعلام، أفضل من أن يسمعوا عن ذلك بطرق غير رسمية، فذلك قد يجعلهم ينهارون وربما لن

يثقوا إطلاقا بعد ذلك في تصريحات المؤسسة، وربما أيضا يقاضون المؤسسة أو يستخدمون أسلوب القوة والعنف للتعامل مع المؤسسة.

لقد تزايد الاهتمام بأهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات إلى عقد الستينيات من القرن العشرين، حيث تنبه بعض الباحثين إلى أهمية دور الإذاعة في نقل رسائل التحذير من الكوارث، وأهمية صياغة الرسائل الإعلامية وخصائصها أثناء وقوع الأزمة والكارثة، وقد اعتقد الباحثون ومنهم "مور" (MORE) أن اتصالات الأزمة المبنية على علاقات وطيدة مع الجماهير وبوساطة وسائل الإعلام لها فرصة كبيرة في حماية سمعة المنظمة في أوقات الشدة، ولها فرصة كبيرة كذلك في تحسين سمعة المنظمة بوجه عام. Birch, 1994: pp 31-34

لن يكون تعامل المؤسسة مع وسائل الإعلام عند حدوث الأزمة بطريقة فوضوية، بل يجب التخطيط لذلك وفق إستراتيجية محددة لتحقيق الأهداف المرجوة، و إحدى خطط الجاهزية الاتصالية المقترحة هنا تفترض بفريق الاتصال أو القائم بالاتصال المكلف بمتابعة الأزمة تحضير قوائم مسبقة مفصلة وتتضمن عناوين الاتصال بجميع المديرين ورؤساء التحرير و المحررين المتخصصين بالموضوع الذي له علاقة بالأزمة الحاصلة، وكذا إعداد ملفات صحفية بالمعلومات الكاملة التي يمكن الحاجة إليها عن الشركة وأعمالها وتاريخها، بما في ذلك سير ذاتية مفصلة للشخصيات الأساسية في الشركة، وكل ما يتعلق بموضوع الأزمة. وعلى فريق الاتصال أن يكون جاهزا بتحليل للأزمات المتوقعة، بشكل يجعله قادرا على توقع ما هي الأسئلة التي ستطرح من قبل الصحفيين أو الرأي العام، سواء كانت أسئلة معتادة أو غير معتادة. والمطلوب عند التعامل مع الصحافة لمواجهة الأزمات مراعاة ما يلي:

- التعرف على الإعلاميين، وإقامة علاقات معهم، ويجب التمييز بين أنواع مختلفة من الإعلاميين (محرر، مراسل، متعاون، مندوب أخبار، مندوب إعلانات).
- ابتكار القصة الخبرية، أي قبل مد الصحفيين بالأخبار لابد أن تتوفر لدى المكلف بإدارة الأزمة اتصاليا قصة خبرية، معتمدا على التركيز على أهم عناصر الخبر، الأكثر جذبا لانتباه المتلقي.

- عقد المقابلات الصحفية: فيمكن استخدام المقابلات لتحويل الأزمة إلى فرصة بدلا من كونها تهديدا، وكذلك باعتبارها أفضل من الإعلانات المدفوعة، لكونها دون تكلفة وأكثر مصداقية، والمقابلة الجيدة فرصة لترك انطباع جيد لدى الجمهور عن المؤسسة، إذا ما أحسن المكلف بإدارة الأزمة الإجابة عن أسئلة الصحفيين، وهذا منوط بأن يكون ذي شخصية قوية وذي حضور ملموس أثناء إجراء المقابلات، لكي يستطيع إقناع الآخرين والتأثير فيهم ايجابيا.

المبادئ الأساسية لمراحل معالجة الأزمة وفق "جون بيرش"

(J. Birch: Birch, 1994: pp 31-34)

1 - مرحلة ما قبل الأزمة:

- رسم خطة الاتصال لاحتمالات الأزمة.
- التدريب على تنفيذ الخطة من خلال محاكاة مواقف الأزمة.
- إقامة ودعم العلاقات الايجابية مع الحلفاء الحاليين والمحتملين والعمل على تحييد الخصوم والمنافسين.
- بناء سمعة جيدة للمنظمة.

2 - مرحلة الأزمة:

- التعرف على المشكلة وتحديد أهدافها بدقة.
- السيطرة على الإجراءات والرسائل الاتصالية (البيانات).
- تفصيل الخطة الموضوعة من قبل بعد تعديلها لمواكبة التطورات الراهنة.
- سرعة الاستجابة لمتطلبات الجماهير وتلبية حاجاتها للمعرفة.
- إقامة روابط اتصال قوية مع مندوبي وسائل الاتصال مع التركيز على الحقائق المؤكدة فقط

3 - مرحلة ما بعد الأزمة:

- الاستمرار في إقامة العلاقات الجيدة مع وسائل الإعلام والجماهير.

- اتخاذ الإجراءات العلاجية لضمان عدم تكرار الأزمة والحد من أضرارها.
- إعادة بناء سمعة المنظمة على النحو المرغوب.

بعد أن تعرضنا فيما سبق لأهم ما يتعلق بالإدارة الاتصالية للازمة، على اعتبار أنها الوسيلة الفضلى لإعادة بناء الثقة مع الجماهير بعد حدوث الأزمة، وطريقة مثلى لإعادة بناء صورة طيبة عن المؤسسة ومحاولة الخروج بأقل الأضرار الممكنة، ولما لا تحويل تلك الكارثة إلى استثمار وفرص ايجابية من خلال التعرف على اسم المؤسسة وترسيخ صورتها في أذهانهم، نأتي الآن فيما يلي لتحليل ودراسة نموذج لأزمة حدثت مع بدايات سنة 2008، تعد من أهم الكوارث والأزمات التي شهدها العالم منذ زمن بعيد، هي أزمة على مستوى المال والاقتصاد، والاقتصاد هو عصب الحياة بطبيعة الحال، وأي خلل أو أزمة تصيب هذا العصب سينتج عنه حتما شلل وعطب جسيم في الجسم المصاب، وقد صنعت الأزمة المالية العالمية الحدث الأبرز في وسائل الإعلام منذ بدايات الأزمة إلى غاية وقت كتابة هذا المقال، والعديد من الباحثين والاقتصاديين أكدوا أن الأزمة المالية الحالية هي الأسوأ منذ الكساد الكبير منذ ثلاثينيات القرن العشرين، وقد وصفها كثيرون "بأنها 11 سبتمبر جديد" (قنطقجي، 2008: ص 28)

سنتحدث فيما يلي عن الاستراتيجيات الاتصالية المتبناة من قبل بعض المؤسسات في العالم لمواجهة آثار الأزمة المالية، وآليات استغلال الاتصال الازماتي لإعادة بناء صورة المؤسسة لدى الجماهير، وسنحاول التساؤل حول ما إذا أولت المؤسسات العربية أهمية للاتصال الازماتي كطريقة لمواجهة تداعيات الأزمة في المجتمعات العربية. لكن قبل ذلك سنعرج قليلا على مفهوم الأزمة المالية العالمية وسنقدم تعريفا موجزا لها حتى نفهم طبيعة الأزمة قبل الحديث عن الاستراتيجيات الاتصالية.

موجز عن الأزمة المالية العالمية

مر العالم بأزمة اقتصادية عصفت باقتصاديات الكثير من الدول، ويأتي في مركز الأزمة العالم الغربي، وفي القلب منها الولايات المتحدة "عملاق الاقتصاد العالمي" التي عصفت بها مشكلات اقتصادية لم تشهدها في تاريخها منذ نكسة "الكساد العظيم" في أواخر العشرينيات من القرن الماضي. (غربي، 2008)

إن عدوى هذه الأزمة المالية الأمريكية امتدت إلى باقي دول العالم بسبب عولمة الاقتصاد، مؤكدة مقولة انه: "إذا أصيب الاقتصاد الأمريكي بالأنفلونزا، فإن اقتصاد العالم كله يعطس" . (حسين،2009)، تنبأ كثيرون بامتداد أثر الأزمة فترة طويلة من الزمن. وقد أعلنت عدة دول أن اقتصادها دخل مرحلة الكساد، وفعلا فقد أعلنت الكثير من المؤسسات إفلاسها، لقد كانت شرارة الأزمة التي عرفت باسم – تسونامي الرهن العقاري – قد اندلعت حين تزايد عدد العاجزين عن سداد قروضهم العقارية في الولايات المتحدة بسبب ارتفاع أسعار الفائدة المفروضة على أرقام شراء العقارات.. وأغرى ذلك شركات الرهن العقاري لتقوم بشراء ديون المقترضين مع زيادة الفائدة وبتسهيلات في الدفع، وقامت هذه الشركات بعد ذلك بتقسيم تلك الحزم من القروض إلى أجزاء صغيرة وطرحها في صورة أسهم وسندات مؤسسية، وبيعها لكافة المؤسسات والشركات التي تبحث عن عائد إضافي، وعندما انهار السوق العقاري دون أن يتمكن الناس من تغطية قيمة الرهن أو بيع منازلهم فقدت تلك الأسهم قيمتها، وخسرت البنوك التي تحتفظ بها جزءا كبيرا من رأسمالها، وبدأ الهرم كله يتداعى. (Noyer , 2009)

ولم تفلح مئات المليارات التي ضخت في أسواق المال العالمية في وضع حد لأزمة الرهن العقارية التي ظلت تستشري في أجساد المؤسسات كما تستشري النار في الهشيم، حتى تطورت إلى أزمة عالمية انفجرت في سبتمبر 2008، ولم يخف الكثير من المسئولين وزعماء الدول خشيتهم من أن تطيح بنظم اقتصادية عالمية وان تصل تداعياتها إلى الكثير من أنحاء العالم (غربي، 2008)، وقد قال الاقتصادي "بول كروغمان" (Paul Krogman) الفائز بجائزة نوبل عام 2008 عن أعماله التي ساعدت في تفسير سبب هيمنة بعض الدول على التجارة الدولية، بأن: "اقتصاد العالم قد يعاني من كساد طويل، لكنه ربما ينجو من الانهيار" . (الببلاوي، 2008)

كما اعتبر "آلان غرينسبن"(Alain Grinsbein)، الرئيس السابق للاحتياطي الفدرالي الأمريكي، أن الأزمة المالية الراهنة هي الأخطر منذ 50 عاما، وعلى الأرجح منذ قرن، موضحا أن حل هذه المشكلة ما زال بعيدا. (المناعي، 2008)

ولو أن البعض الآخر من الخبراء والاقتصاديين يستبشرون بوجود انفراج للأزمة

مع بدايات النصف الثاني من عام 2009، ويؤكدون أن الكثير من المؤسسات المالية بدأت تستعيد عافيتها بعد أن فقدت الكثير، لكن تداعيات هذه الكوارث المالية لن تزول ببساطة، بعد أن جرد الملايين من الأشخاص من وظائفهم وأفلست الكثير من المؤسسات، فالأزمة إذن انفرجت أو لا ستفرز وضعا جديدا، وبالتأكيد سوف تؤدي إلى إعادة تقييم وإعادة نظر ومراجعة كبيرة لكثير من الممارسات المالية والاقتصادية التي اعتبرت لفترة طويلة من المسلمات (شحاتة، 2008)، البعض الآخر من المتشائمين يؤمن بأن الانفراج الوشيك للازمة لن يكون دائما ومستمرا، بل هي مجرد عمليات تسكين مؤقتة.

من مظاهر عولمة الأزمة المالية واستشرائها في كثير من دول العالم، قيام العديد من المؤسسات المالية بتجميد منح القروض للشركات والأفراد خوفا من عدم استردادها، وقد حدث ذلك فعلا في الجزائر حين أقرت الحكومة منع البنوك من تقديم قروض استهلاكية للمواطنين مخافة حدوث أزمة في السيولة المالية،بعد عدم استرجاع تلك الأموال الممنوحة للأفراد.

من مظاهر الأزمة المالية أيضا هرولة الأفراد والمؤسسات إلى سحب إيداعاتهم من البنوك، مما خلق نقصا في السيولة المالية المتداولة بين الأفراد والشركات والمؤسسات المالية، وهذا أدى إلى انكماش حاد في النشاط الاقتصادي وفي كافة نواحي الحياة،مما أدى إلى توقف المقترضين عن سداد دينهم، وأحدث أيضا ارتباكا وانخفاضا في مستوى التداولات في أسواق النقد والمال.

كل ذلك أثر سلبا على النظام المالي العالمي، وخلق ذعرا وقلقا أصاب الناس جميعا على حد سواء، بداية من رؤساء الدول والحكام وكذا أصحاب المؤسسات المالية، وأصحاب الودائع المالية في البنوك والمصارف، وأيضا العمال والموظفون المهددون بفقد وظائفهم، وصولا إلى الفقراء والمحتاجين الذين يعيشون على الإعانات الاجتماعية والصدقات. (يونس، 2008، ص 19)

لقد أدت الانتكاسات المالية التي شهدتها المصارف والمؤسسات المالية العالمية إلى إسراع الدول إلى تنفيذ خطط إنقاذ الأسواق لمواجهة تداعيها المستمر والمهدد بحدوث انهيار تام للاقتصاد العالمي، فعلى سبيل المثال نذكر الخطة التي صاغها

وزير الخزانة الأمريكي "هنري بولسون" ، والتي تبلغ تكلفتها 700 مليار دولار، وذلك لإنقاذ النظام المالي الأمريكي، وتهدف إلى تأمين حماية أفضل للمدخرات والأملاك العقارية، والتي تعود لدافعي الضرائب، كما تهدف إلى حماية الملكية وتشجيع النمو الاقتصادي، وزيادة عائدات الاستثمارات إلى أقصى حد ممكن.

كما تدخلت الدولة لضخ السيولة في عدد من دول العالم المتضررة بغية رفع الكتلة النقدية في الأسواق، فقد تدخلت الحكومة الأمريكية في سوق المال وذلك بمنع البيع على المكشوف لنحو 799 سهم مدرجة في سوق الأسهم الأمريكية. ولجأت الحكومة لورقة التأميم كحل للدفاع عن الاقتصاد القومي. وقد عرفت الكثير من المؤسسات في أمريكا وأوربا تأميما من طرف الدولة، كمؤسسة "إندى ماك Indy) mac) إحدى أكبر مؤسسات القروض العقارية في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في يوليو 2008. فضلاً عن إنقاذ شركة التأمين الكبرى (Aig)مقابل امتلاك الحكومة لحصة تبلغ حوالي 80٪ من الشركة. وفي اروبا أيضا تم تأميم عدد من المؤسسات، نذكر مثلا مؤسسة - برادفورد & بينجلى Bradford & Bingley- أكبر مؤسسات القروض العقارية في بريطانيا، كذلك قامت حكومة أيسلندا بشراء حصة 75٪ من Glitnir bank، ثالث أكبر مؤسسة إقراض في أيسلندا.

هذه الجهود المبذولة من قبل الدول ومؤسساتها التشريعية والتنفيذية ترمي لاستعادة المؤسسات المالية لتوازنها الذي فقدته في ظل الأزمة المالية العالمية، نكتفي بهذا التقديم الموجز للازمة ومظاهرها وآثارها على الاقتصاد العالمي، لأننا لسنا بصدد التحليل الاقتصادي أو المالي الدقيق للازمة، تاركين هذا الجهد للمتخصصين في هذا المجال، ما يفيدنا أكثر هو ذكر الدور الذي لعبه الاتصال الازماتي في معالجة أو التخفيف من آثار الأزمة، لذا سنعرج فيما يلي إلى مختلف السيناريوهات الاتصالية المتبناة من قبل بعض المؤسسات (كمؤسستي سوسيتي جنرال و بينب باربي با الفرنسيتين) لأجل طمأنة جماهيرها واستعادة ثقتهم بعد تأثر المؤسستين بالأزمة المالية على غرار المؤسسات الأخرى.

استراتيجيات الاتصال الأزماتي في التصدي لتأثيرات الأزمة المالية

إن الأزمة المالية العالمية لم تكن متوقعة و حدثت فجأة، خاصة مع انتعاش أسواق المال العالمية وارتفاع أسعار النفط في السنوات الأخيرة، الأمر الذي أدى إلى

حدوث طفرة في الإعلام الاقتصادي الذي أتخم بأخبار المشاريع وأسواق المال والتحليلات الاقتصادية، بحيث أصبح عنصر جذب جماهيري، (بشتو، 2009). والمصدر الأول الذي يتتبعه القارئ لمعرفة مؤشرات الأسواق المالية والتوجهات الاقتصادية، لقد غدت المعلومة الاقتصادية مع التطور الاقتصادي الذي شهده العالم مطلبا ضروريا وأصبح هناك إعلام اقتصادي متخصص، وصحفيون متخصصون يتابعون كل ما يتعلق بأخبار الأسواق والتبادلات التجارية، لكن حدوث الأزمة المالية العالمية بشكل مفاجئ جعل الإعلاميون والمتخصصون في الاتصال المؤسساتي يقعون في ورطة غير متوقعة،لأنهم غير متمرنين على تغطية الأزمات الحادة بهذا الشكل، وأكثر الإعلاميين أو المكلفين بالاتصال على مستوى المؤسسات كانوا يتعاملون مع أزمات بسيطة ومحدودة الأجل، لذا وجدوا أنفسهم محرجين بشكل كبير، كما أدى الخوف والذعر المستشري في نفوس الناس إلى تسابقهم لاتهام وسائل الإعلام الاقتصادية ومكاتب الاتصال على مستوى المؤسسات بإخفاء الحقائق وتضليلهم،وبالتالي فقدانهم للثقة في الإعلام،(28) سيما إذا ما تعلق الأمر بكون الأزمة المالية هي أزمة ثقة قبل أي شيء آخر على حد تعبير "إليزابيث فارابي" Elizabeth FARABEE، فالمؤسسات المهددة بأي شكل من أشكال الأزمة مطالبة بإعادة بناء الثقة مع زبائنها وجماهيرها قبل كل شيء، لأن الثقة أساس استرجاع المؤسسة لمكانتها في السوق، وإذا ما فقدت ثقتها بجماهيرها فلن تعود مرة أخرى لسابق عهدها. (قيراط، 2009)

من ناحية أخرى كان لتقصير أو لغياب المعلومة الاقتصادية أو عدم قوة حضور الاتصال المؤسساتي أثناء الأزمة مبررات عند بعض الباحثين والمختصين في الاتصال، فقد رأى تود بينجامين أن الصحافة وخلايا الاتصال لدى المؤسسات بريئة من الإهمال أو التقصير في إيصال المعلومات للمواطنين، لأن الأزمة باغتتهم بطبيعة الحال ولم تترك لهم مجالا للعمل بشكل طبيعي. كما أن الصحفيين لم يتمكنوا من رؤية مسيرة الاقتصاد العالمي بصورة كلية، حيث اكتفوا بتغطية أخبار متفرقة، مما حال دون إضافة تقييم عام وشامل للوضع الاقتصادي العالمي.

في نفس الاتجاه يذهب الباحث محمد عارف المدير التنفيذي لمعهد الاقتصاد الماليزي، إذ رأى أن الأزمة كانت تتطور لعقدين من الزمن، وفي غمرة التقارير

المتفائلة التي كان ينشرها الأخصائيون المتخصصون، لم تجرؤ الصحافة على نشر آراء مضادة للمزاج العام وتتوقع مثل هذا الانهيار الاقتصادي، لذا تمهل الصحفيون خوفا من صدم الرأي العام العالمي.

بخصوص وضع المنطقة العربية بشأن متابعتها الاتصالية لحيثيات الأزمة، فقد أشار عدد من الباحثين خلال ندوة عقدت بمقر ((CNNدبي الإمارات العربية المتحدة، تحت عنوان ?أين كان الإعلام الاقتصادي قبل الأزمة المالية العالمي، ?أن قطاعات الأعمال والتجارة هي حديثة العهد في المنطقة، وبالتالي فما تزال التغطية لهذا النوع من الإعلام فتية، وقد أشار إحسان جواد، مدير موقع زاوية الالكتروني المتخصص بشؤون الأعمال، إلى افتقارها للنضج والتجربة الكافية. وحول مسألة الشفافية التي ينبغي أن تتحلى بها المؤسسات في تعاملها المعلومات في أوقات الأزمات، رأى جواد أن الصحافة الاقتصادية قد ورثت حالة الخوف والرقابة الذاتية التي عانت منها نظيرتها السياسية، مما فرض عليها قيودا ذاتية بالدرجة الأولى، مؤكدا انه رغم أن الجهات الرسمية العربية لا تتدخل بشكل مباشر في هذا النوع من الإعلام إلا أنها بالمقابل لا تشجعه. كما رأى خالد الزومان رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة ?إيلاف ?أن مشكلة الإعلام الاقتصادي العربي اكتفت بنقل تطمينات كبيرة لمسئولين على المستوى المحلي بأن المجتمعات العربية بعيدة عن الخطر، إضافة إلى تركيزها على نقل وإيصال ما يجري من تطورات للازمة على المستوى العالمي، دون التطرق لانعكاساتها على الاقتصاد العربي، بطرح متخصص ذي درجة عالية من الشفافية.

نذكر على سبيل المثال ما قدمته الفضائيات العربية عن الأزمة المالية العالمية فمعظمه على حد تعبير محمد قيراط هو نقل لما حدث ويحدث من تطورات ناتجة عن الأزمة في الولايات المتحدة الأميركية وغيرها من الدول الغربية، وهذا شيء مهم لكن غير كاف، لأن المواطن العربي كان بحاجة إلى معلومات عن تأثيرات الأزمة وانعكاساتها على الاقتصاد العربي. كما أكد قيراط أن في الكثير من الحالات مارست وسائل الإعلام نوعا من التعتيم والعزوف عن تقديم حقائق مهمة جدا تهم المواطن العربي. كما لاحظ أن بعض الوسائل الإعلامية العربية أكدت أن

الوضع الاقتصادي في الدول العربية بخير ومستقر، ولا آثار للأزمة المالية العالمية عليه. (قيراط، 2009)

من جهة أرى أكد الباحث أيضا أن الإعلام العربي تعامل مع الأزمة عن طريق النشرات الإخبارية وبعض البرامج الحوارية القليلة، وهذا غير كاف،حيث أن موضوع الأزمة احتاج إلى متابعة مستمرة وأخصائيين ومحللين لهم باع في الموضوع، وهذا ما لم نشاهده في معظم الوسائل الإعلامية العربية، التي سيطر عليها أسلوب التعتيم تارة والتهويل والتبسيط تارة أخرى. وهنا نلاحظ أن ما نقلته وسائل الإعلام هو عرض للأزمة وليس تحليل لأسبابها وانعكاساتها. (الجمال، عباد، 2005: ص 305) من جانب آخر لوحظ تحفظ مكاتب الاتصال المكلفة بإدارة الأزمة اتصاليا على مستوى المؤسسات العربية في نقل المعلومة، فحين يسأل الصحفي عن وضع هذه المؤسسات، وهل هي متأثرة بالأزمة؟ لا تمنح له معلومات وبيانات صادقة وكافية، تحفظ وسرية المؤسسات في إمداد الصحفيون بالمعلومات دليل على غياب ثقافة الاتصال المؤسساتي على مستوى الدول العربية، والذنب ليس ذنب مسئولي الاتصال، لأنهم في كثير من الأحيان يغيبون عن مصادر المعلومات، وتمارس عليهم ضغوطات بشأن تعاملهم مع الصحافة والجمهور، فلا تعطى لهم حرية في أداء مهامهم الاتصالية، مما أدى إلى خلق فجوة اتصالية كبيرة بين المؤسسة والصحافة، لأن أفضل من يحسن التعامل مع الصحفيين هو مسئول الاتصال، وإذا ما أعيق عن أداء هذه المهمة، فستحدث حتما أزمة اتصال بين المؤسسة والصحافة.

إستراتيجية إدارة الأزمة المالية العالمية اتصاليا

المقصود باستراتيجيات الاتصال حسب كتاب Publicitor، مجموع القرارات الهامة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما، بغرض تحقيق أهداف معنية،و ذلك باستعمال وسائل اتصال و تقنيات متعددة. إن تبني إستراتيجية فعّالة مبنية على أساس برنامج علمي واضح و قابل للتحقيق هو أساس نجاح المؤسسات، التي تريد أن تنتهج سياسة اتصال شفافة مع جمهورها الداخلي أو الخارجي، حتى تكون لنفسها أو لمنتوجها وخدماتها صورة طيبة اتجاه الجماهير. حتى وان اعترضتها أزمات ما فلن تنهار كلية، بل باستطاعتها أن تقف على قدميها من جديد.

- **المرحلة الأولى: تحديد الأزمة**

الهدف الأساسي في هذه المرحلة هو فهم أسباب الأزمة المالية العالمية، أي يجب أن تفهم المؤسسة أسبابها ثم انعكاساتها على المستهلكين والموظفين والجماهير، وتكون التحديات الأساسية التي تواجه المؤسسة هي بناء وتطوير نظام معلومات للازمة، وذلك بالاستعانة بعدد من الأساليب والوسائل البحثية في بناء هذا النظام المعلوماتي، فيمكن الاستفادة من بحوث التسويق للتعرف على الجمهور، والاستفادة أيضا من علم النفس للتعرف على اتجاهات ونفسيات الجمهور، وتقدير ردود أفعالهم وتصرفاتهم في أوقات الأزمات، وما هي أنجع الأساليب لإقناعهم والتأثير عليهم. (Laurence , 2008)

وعلى ذلك يمكن لإدارة الاتصال الازماتي إنشاء مصفوفة للازمات، تساعد على توقع الأزمات، وتجعل فريق الأزمة مهيأ نفسيا لمواجهتها، لذا فمرحلة تحديد الأزمة هي خطوة مهمة لفهم مدى خطورة الأزمة المالية العالمية، وفهم تأثيراتها وانعكاساتها على جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية.

من أهم الخطوات المهمة لفهم الأزمة المالية العالمية تحديد الأهداف، فكي تواجه المؤسسة مخاطر تعرضها لتهديدات الأزمة، لابد أن تحدد من البداية أهدافا واضحة،حتى تتمكن من مواجهة انتقادات وتعليقات الصحافة في حال أظهرت عجزا في مواجهتها، وكي تتمكن من زرع الثقة من جديد في جماهيرها، سواء الموظفين أو الزبائن والمؤسسات الأخرى، وحتى تظهر أيضا مصداقيتها واحترافيتها وقدرتها على مواجهة الأزمات. تحديد الأهداف يكون على المديين القصير والطويل، فعلى المدى القصير تتعلق بالطرق السريعة والفعالة لتطويق الأزمة والحد من تضخمها، وأهداف متوسطة وطويلة المدى عبر تعويض المتضررين ومساعدتهم اجتماعيا، وكذا استعادة صورة المؤسسة الطيبة مع مرور الوقت.

نستشهد بمؤسستين فرنسيتين لنرى كيف قامت بتحديد أهدافها الاتصالية لمواجهة الأزمة المالية، هي مؤسستي BNP Paris Bas , Société Générale فمؤسسة سوسيتي جنرال استراتيجياتها الاتصالية استهدفت أساسا الحفاظ على ثقة زبائنها وموظفيها بها، وحسب ما أكد "دينيس ماركي Denis Marquet” فالسر الاتصالي لمؤسستهم هو تبني خطاب قائم على الثقة والحقيقة.

(Farabee, 2008) " Nous adoptons un discours fondé sur la confiance et la sérénité "

اختارت المؤسسة إذن سياسة التقرب ببساطة من زبائنها،عوض بيعهم الوعود، فالبساطة والحقيقة هي أساس الحفاظ على الثقة وكسب المصداقية حسب دينيس ماركي، وقد استهدفت أيضا سياستها الاتصالية تسويق صورة المؤسسة كبنك مستقر وثابت أكثر من أي شيء آخر، كما قامت المؤسسة بإجراء دراسة بدأت منذ 15 سبتمبر إلى غاية 8 ديسمبر، وذلك بتوزيع بيانات صحفية فأكدت نتائج الدراسة أن المؤسسة لازالت تحافظ على سمعتها.

استهدف البنك أيضا للترويج لصورة ثابتة ومستقرة الإعلان عن عملية " banker's stories " في 17 نوفمبر 2008، وهي سلسلة مكونة من 13 فيديو منشور في شبكة الانترنيت في اروبا واسيا، ومبث في التلفزيون الفرنسي، وتعرض أشرطة الفيديو موظفون و مسئولون بالبنك يتحدثون عن مهنتهم، والهدف الأساسي لهذه الأشرطة إيصال رسالة للجمهور،وهي أنهم هنا لأجل زبائنهم ils sont là pour leurs clients " ، هذا ما أكده جون بوردونكل " Jean Bourdoncle " مدير العلامة التجارية بالبنك،حين قال أن هذه الإستراتيجية ترمي إلى تأكيد المؤسسة أنها بحق تقف بالقرب من زبائنها في الظرف الحالي، وأنها تدعم الاقتصاد الحقيقي. (Farabee, 2008)

وحسب دينيس ماركي مدير الإعلام بالبنك فالأزمة المالية العالمية كانت فرصة أيضا للتركيز على جانب التناسق والترابط بين مختلف جماهير المؤسسة، داخليا وخارجيا، فهو صمام الأمان للحفاظ على مصداقية واحترافية المؤسسة أمام تعرضها للازمات والانتكاسات، كما كانت الأزمة فرصة أيضا حول جمع الجميع حول القيم المشتركة، فهي ما يربط الجميع.

مؤسسة BNP Paris Bas بدورها اعتمدت على إستراتيجية اتصالية مبنية على الوضوح والاتصال الجواري، وهذا ما أكده أريان برنارد ميشلر Ariane Benard-Mechler مسئول الاتصال الداخلي بالمؤسسة حين قال: " أن بنك BNP ليست بالبنك التي تخدع أو تكذب على زبائنها، فنحن لا نكثر الكلام، وإستراتيجيتنا الاتصالية ألا نبالغ كثيرا في الاتصال، فليست كل الحقائق تقال، ففي وقت الأزمة قد يفيد الصمت أكثر من الكلام" . Farabee, 2008

الاتصال الجواري مع الزبائن والمتعاملين الاقتصاديين، وكذا إيجاد تناسق وترابط اتصالي عضوي بين مختلف مستويات المؤسسة هي أهم أهداف BNP، كما أن المؤسسة تتواصل مع زبائنها في أوقات المناسبات الكبرى قبل اتصالها بالصحافة، باستخدام تقنيات اتصالية عدة كموقع المؤسسة في شبكة الانترنيت، والنشرات الالكترونية Newsletter التي تصلهم إلى بريدهم الالكتروني دوريا، كما تقوم المؤسسة بإنشاء نوادي للزبائن Clubs-clients لجعلهم يتقربون من البنك أكثر، فذلك يجعلهم على ترابط وتواصل مستمر مع مؤسستهم. (Laurence , 2008)

أثناء الومضات أو الحملات الاشهارية التي تعدها المؤسسة للإعلان عن نفسها، أو الإعلان عن خدماتها، خلال مراحل الأزمة المالية أعدت BNP اشهاراتها بشكل خاص لتبرز على أنها في صحة جيدة وأنها قوية ومستقرة، لأن الظهور بقوة يجعل جماهيرها تطمئن وتثق فيها.

نلاحظ إذن أن الأهداف المرجوة من كل الاستراتيجيات المحددة من قبل المؤسسات، ترمي في المقام الأول إلى تحقيق مبدأ الشفافية في إيصال المعلومات إلى الجماهير، كصمام أمان اتجاه المخاطر المحدقة، جراء تهديدات الأزمة المالية العالمية، وكل المجهودات المادية والمعنوية المبذولة من قبل هذه المؤسسات استهدفت استرجاع مكانتها في السوق وكسب ثقة جماهيرها من جديد. (Libaert , 2009)

- **المرحلة الثانية التعامل مع الأزمة:**

يقوم مسئولي المؤسسة في هذه المرحلة بتشكيل فريق أزمة، من مهام هذا الفريق إدارة الاتصال والإعلام، وقد يشكل فريق مواز آخر لفريق الأزمة يتكفل فقط بإدارة الاتصال هو فريق الاتصال الازماتي، ويقوم هذا الفريق بإعداد خطط طوارئ ويقترح استراتيجيات اتصالية محددة لتمكين المؤسسة من الحفاظ على صورتها الطيبة لدى الرأي العام، وبعد تحديد الاستراتيجة العملية ينتقل الفريق إلى المرحلة العملية وذلك باستخدام مختلف التقنيات الاتصالية كالبيانات الصحفية، عقد الندوات الصحفية، إرسال نشريات إعلامية إلى الزبائن عبر بريدهم الالكتروني، إعداد مجلات وجرائد للجمهورين الداخلي والخارجي... كل هذه التقنيات تكون متاحة أمام مسئولي الاتصال للتعامل مع الأزمة المالية العالمية، وقد

ذكرنا سابقا كيف تعاملت مؤسستي Société Générale -, BNP Paris Bas مع هذه الأزمة إعلاميا.

عندما تصل الأزمة إلى هذه المرحلة تكون قد فقد كل عناصر الوقاية، وتتحول الاستجابة للازمة من النمط الوقائي إلى النمط العلاجي، من خلال استخدام الأساليب التي تقلل من قدر الدمار والتأثيرات السلبية، وتتطلب هذه المرحلة إتباع الخطوات الثلاث التالية: (مكاوي، 2008: ص 73)

- تقييم استجابة المؤسسة للازمة المالية ومدى تأثرها بها.
- محاولة تقليل النشر السلبي الضار بمكونات المؤسسة من قبل وسائل الإعلام في حال تأثر المؤسسة السلبي بالأزمة، وذلك عن طريق الاتصال بالصحافة،وإقامة علاقات طيبة معهم كما اشرنا إلى ذلك في موضع سابق.
- إعداد وتنفيذ الرسائل (البيانات الصحفية خاصة) المناسبة التي تبرر ما حدث، والسعي لكسب تأييد طرف ثالث من الخبراء، فالاتصال بالخبراء ونشر آرائهم وتحليلاتهم قد يقلل من مخاوف الجمهور، ويكون وسيلة فاعلة لطمأنتهم وتهدءتهم وإقناعهم.

- **المرحلة الثانية: مرحلة ما بعد الأزمة :**

هذه المرحلة تأتي في حالة إذا ما لم تكن الأزمة مدمرة، أثناءها تسعى المؤسسات التي تعرضت لمخاطر الأزمة المالية إلى إعادة بناء السمعة، والتأهب لاستعادة أيام التألق، و تحرص المؤسسات في هذه المرحلة إتباع ما يلي :

- الاستمرار في جذب الجماهير نحو أنشطة المؤسسة، رغم الانتكاسات والمشاكل التي اعترضنها في السابق، فإعطاء الأولوية للجماهير والتمسك بهم رغم كل شيء هو الرأسمال الحقيقي للمؤسسة، وهو أيضا المكسب الكبير الذي حققته بعد نهاية الأزمة.
- الاستمرار في مراقبة تداعيات الأزمة،حتى تقل حدتها وتتلاشى، فلا تتسرع المؤسسة وتباشر نشاطاتها بشكل عادي كما في السابق، فيجب أن تترقب وتستشعر بذكاء ما يسمى بالهزات الارتدادية التي قد تتعرض لها، أي الأزمات

الخفيفة والتداعيات التي تعقب مرحلة حدة الأزمة.

- الاستمرار في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات حول الإجراءات التي تتخذها المؤسسة لإعادة البناء، وكسب ثقة هذه الوسائل.
- إعادة تقييم خطة إدارة الأزمة اتصاليا، وكيفية استجابة الإدارة والعاملين بالمؤسسة لموقف الأزمة.
- رصد ردود الأفعال الرسمية والجماهيرية واتجاهات المؤسسات الصديقة والمنافسة للاستفادة منها في تجنب أزمات مستقبلية.
- تطوير إستراتيجية اتصال طويلة الأمد لتقليص الدمار الناتج عن الأزمة.

الخاتمة

نصل في نهاية هذا المقال لنؤكد نتيجة أساسية، وهي أن أساس نجاح استراتيجيات الاتصال أثناء الأزمات الحادة، كالأزمة المالية التي شهدها العالم مؤخرا وخلقت ذعرا وهلعا كبيرين هو الاهتمام أساسا بالتواصل المباشر والجريء مع المجتمعات والجماهير، والتعامل معها عن قرب وبكل شفافية، فالاتصال الجواري كفيل بأن يلعب دوراً حيوياً في إدارة الأزمة المالية العالمية، خصوصاً وأن "المشكل النفسي" يظل لاعباً خطيراً في حالة التوتر التي تسود العالم اليوم. هنا يأتي دور التواصل الإيجابي مع الإعلام، تواصل مبني على حقائق وأرقام تعكس الحالة الاقتصادية الحقيقية التي هي عليها المؤسسة، بغض النظر عن إيجابية أو سلبية الواقع، من المسؤولية أن يتواصل مسئولو القطاعات المصرفية والمالية مع الناس في مجتمعاتهم للمساعدة في فهم ما يجري.

إن واحدة من أدبيات التعامل مع الأزمات هي التواصل السريع والمباشر مع الناس، هذا يتطلب نظاماً للاتصال ذا شفافية ومهنية وبشكل سريع، لقطع الطريق على مروجي الإشاعات والأكاذيب، وما أكثرهم خصوصاً في الأوقات القلقة، لكن الأهم هنا هو الدقة والمصداقية في المعلومة التي تنشر وتذاع وتبث، لكي لا تؤدي التطمينات إلى تسبيب مزيد من الخسائر للناس.

اغلب حالات انهيار المؤسسات كان بسبب غياب الوعي والمعلومات الدقيقة

بظروف السوق ومناخات الاقتصاد العالمي لدى قطاع واسع من المتعاملين مع أسواق الأسهم والعقار والتجارة العالمية، مما تسبب في تدهور الحالة النفسية للكثير من مسئولي هذا المؤسسات، وبالتالي عدم تحكمهم في الأزمة والتعامل معها بكفاءة، خاصة مع الجماهير ووسائل الإعلام، وذلك أدى إلى انتشار معلومات تفيد بأن المؤسسة لم تستطع الصمود أمام الأزمة، وأنها مهددة بالانهيار، و الناس بطبيعة الحال تتأثر بما يتردد من كلام حولها فيصدقون ما يقال، فهذا من أسباب فقدانهم الثقة بالمؤسسات التي يتعاملون معها. ولهذا يأتي التحدي كبيراً،وهو أن تحافظ تلك المؤسسات على ثقة الناس فيهم وعلى مقدرة أجهزتهم المحلية على التعامل بجدية مع هذه التحديات.

طبيعي أن تقلق الناس على مدخراتها ومستقبلها، ومن حقهم أن يشككوا أحياناً في بعض الأخبار والتقارير. لكنها مسؤولية المعنيين عن حركة الاقتصاد، ومسؤولية المكلفين بالاتصال والعلاقات العامة أن يسارعوا في التجاوب مع مخاوف الناس وقلقها، وكذا وضع الخطط الاتصالية الرامية إلى كسب ود الناس ومحبتهم وصداقتهم لتحفيزهم على التفاؤل والعمل بعقلانية وواقعية، وعلى الأخص التفاعل الايجابي والتواصل المباشر مع الناس بلغة مرحلة الأزمة وظروفها وظروفها، حوار متواصل لا يتوقف عند مقابلة صحفية واحدة أو حوار تلفزيوني واحد، بل عبر كل مراحل الأزمة، بدء من استشعارها والتنبؤ بها، إلى غاية ما بعد الأزمة، أي مرحلة العلاج وإعادة التقييم.

مراجع البحث السابع

صباح نعوش (2008)، "خطورة الأزمة المالية الأميركية على الاقتصاد العالمي"، قضايا اقتصادية، الجزيرة، 7/2/ 2010.

حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار (2008)، "الإعلام والمجتمع في عالم متغير" – القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

جهاد صعيليك (2008)، "التخطيط للأزمة والتعامل معها، متى نبدأ؟ "، موقع Arabi-anBusiness.com، الإمارات العربية المتحدة، 11 سبتمبر.

محمد منير حجاب (2007)، "العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة" القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

قدري عبد المجيد (2003)، "دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات". القاهرة: مجلة كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، العدد 8.

عبد الحليم غربي (2008)، "رؤى استشرافية في ضوء الأزمة المالية العالمية"، مجلة العلم والإيمان، العدد 27 نوفمبر.

سامر مظهر قنطقجي (2008)، "ضوابط الاقتصاد الإسلامي"، دمشق: دار النهضة.

أحمد عبد الحميد حسين (2008)، "تسونامي الرهن العقاري.." أسباب وتداعيات وحلول، إسلام اون لاين.

حازم الببلاوي (2008)، "الأزمة المالية العالمية الحالية "محاولة للفهم"، المصري اليوم، العدد 1574

جاسم المناعي (2008)، "الأزمة المالية العالمية.. وقفة مراجعة"، الرياض السعودية، العدد 14756.

حسين شحاتة (2008)، "أزمة النظام المالي العالمي في ميزان الاقتصاد الإسلامي". الرياض، المكتب التعاوني للدعوة وتوعية الجاليات بالربوة.

محمد احمد محمد يونس (2009)، "الأزمة المالية العالمية وأثرها على خطط التدريب المستقبلية"، مقدم إلى إدارة مشروع "الطرق المؤدية إلى التعليم العالى" ضمن متطلبات الحصول على شهادة حضور البرنامج التدريبي.

أحمد بشتو، محمد كركوتي، عبد المجيد فاضل (2009)، "دور الإعلام العربي الاقتصادي في تغطية الأزمة المالية"، برنامج الاقتصاد والناس، شهر مارس.

محمد قيراط (2009)، "الأزمة المالية العالمية والإعلام العربي"، جريدة البيان، العدد 10556، بتاريخ 13 ماي.

راسم محمد الجمال وخيرت معوض عباد (2005)، "إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي" - القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

Girard, Laurence)2008) , "Avec la crise, les banques revoient leur discours ", Le Monde, le3 décembre 2008.

Thierry Libaert (2009), " Interview de Denis Marquet, directeur de l?information à la direction de la communication , Société Générale ", Magazine de la Communication de crise et sensible - Vol. 17 - Février 2009.

Bland .M (1998), “Communicating out of a crisis”, Macmillan press LTD, p31.

J. Birch (1994), “News factors in Crisis planning and response”, Public relations quarterly , Vol 39, 1994, p 31-34.

Christian Noyer (2009) , “Crise financière mondiale:stratégies publiques et privées pour faire face à la crise” , Discours de Christian Noyer, gouverneur de la Banque de France - Paris-Europlace, Émirats Arabes Unis, janvier.

Bernard Dobeiki (1996), “Communication des entreprises et des organisation”. Paris: éditions ellips.

Elizabeth FARABEE, Aurore LE BERRIGAUD (2008), “La communication des établissements bancaires face à la crise financière”, le Magazine de la Communication de Crise et Sensible , http://www.communication-sensible.com.

Libaert T(2001), “La Communication de Crise”, Paris, Dunod, 2001.

Ferrero et Pratt (1995) , “How to manage a crisis before “ or whenever - it hits- , Public relations quarterly , vol 40,1995, 26-29.

8

البحث الثامن

الإعلام والإرهاب

أية علاقة؟ وأي مستقبل؟

د. مصطفى بخوش

الجامعة السعودية الإلكترونية - الرياض

المملكة العربية السعودية

ملخص:

تنظر وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية والحكومات إلى وظيفة وأدوار ومسؤوليات وسائل الإعلام، وهي تغطي الأعمال الإرهابية من خلال وجهات نظر مختلفة وفي كثير من الأحيان تكون متعارضة. الأمر الذي أنتج مواقف وسلوكيات مختلفة اتجاه تقييم تغطية وسائل الإعلام للأعمال الإرهابية. والمعروف أن الجماعات الإرهابية بحاجة للدعاية عبر وسائل الإعلام لكسب الاهتمام لقضيتهم والشرعية لمطالبهم، كما تحتاج الحكومات لوسائل الإعلام في حربها على الإرهاب لسحب الغطاء السياسي عن الجماعات الإرهابية، وتجريدها من القدرة على التأثير في الرأي العام. بينما تحتاج وسائل الإعلام بشكل عام لفضاء من الحرية حتى تستطيع القيام بوظيفتها في نقل وتغطية الأحداث والقضايا. ستناقش هذه الدراسة وجهات نظر مختلف الأطراف حول التغطية الإعلامية للإرهاب، وآثارها على العمل الإعلامي، ودور وسائل الإعلام في تعاطيها مع الظاهرة الإرهابية. من أهم نتائج الدراسة ما يلي: تنظر وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية والحكومات إلى وظيفة وأدوار ومسؤوليات وسائل الإعلام، وهي تغطي الأعمال الإرهابية من خلال وجهات نظر مختلفة وفي كثير من الأحيان تكون متعارضة.تعتبر الهجمات الإرهابية استراتيجية غير مباشرة لتحقيق هدف سياسي من خلال التأثير في الرأي العام؛ فهي ليست غاية لذاتها وإنما هي أداة لتحقيق هدف سياسي.إن ضبط النفس الطوعي والتنظيم الذاتي من قبل وسائل الإعلام هي أفضل الخيارات المتاحة فيما يتعلق بتفاعل وسائل الإعلام مع الإرهاب، إلا أن وسائل الإعلام بحاجة إلى العمل بجد لوضع تدابير ضبط النفس المناسبة والفعالة. بعيدا عن منطق الربحية وتجنبا للانحياز لأي طرف من أطراف مثلث الاتصال السياسي.

البحث الثامن

الإعلام والإرهاب
أية علاقة؟ وأي مستقبل؟

مقدمة

تشكل اليوم عمليات التضليل الإعلامي المنظم في مجال الحرب على الإرهاب تهديدا خطيرا على مهنة الصحافة. وقد سهل تطور تكنولوجيا المعلومات نشر المعلومات المضللة بشكل احترافي وعلى نطاق واسع. إذ انتشر خطاب اعلامي دعائي مضلل وفي الاتجاهين ومن كل الأطراف (الجماعات المسلحة، الأنظمة السياسية. . .) يبرر عمليات العنف والعنف المضاد ويحمل الطرف الثاني مسؤولية وقوع خسائر بشرية ومادية، بل احيانا يصل التضليل لدرجة التشكيك في من يقف وراء هذه العمليات بطرح سؤال: من يقتل من؟ لقد تحول الإرهاب اليوم إلى شماعة سياسية تبرر بها الأنظمة كل سلوكاتها العنفية والقمعية تجاه مواطنيها المعارضين، وفي ظل تغول بعض أجهزة الدولة وافراطها في اللجوء للعنف بسبب تراجع شرعية نظام الحكم أصبح مصطلح الإرهاب غير لائق وغير صالح لتفسير اللاتناسق القائم بين التنظيمات السرية وغير الشرعية التي يمكنها استخدام وسائل عنفية لإجبار الأفراد على سلوكية معينة، مقابل الدول باعتبارها الجهة الوحيدة التي تحتكر الاستخدام المشروع لوسائل الجبر والاكراه في المجتمع.

في ظل هذا الواقع تصاعدت في الآونة الأخيرة خطابات تذكرنا بالجدل الذي ساد في منتصف ستينيات القرن الماضي حول علاقة الإرهاب بالإعلام، حيث برز خطاب ينحو إلى اتهام الإعلام بنشر ثقافة العنف التي تساعد على انتشار

الإرهاب، كما يؤكد على أن الإعلام يساعد على انتشار الإرهاب عبر تضخيم العمليات الإرهابية عن طريق صور الفضائيات الأمر الذي يضمن لها صدا واسعا ويحولها لعمليات استعراضية تروج لقدرة التنظيمات المسلحة على الفعل ومنافسة الدول في مجال ممارسة الجبر والاكراه، كما تضمن بالمقابل استمرارية ارتفاع مبيعات الصحف وتزايد نسب مشاهدة الفضائيات. وهو ما يؤكد على حسب هذا الخطاب على تبادلية المنافع بين الإعلام والإرهاب. لكن التساؤل المطروح هنا هل فعلا أن الإرهاب سينحسر ويتراجع بتراجع التغطية الإعلامية لعملياته ونشاطاته؟ أم أن المسألة أكبر من ذلك؟

تبحث هذه الدراسة العلاقة بين الإعلام والإرهاب. حيث تستخدم الجماعات المسلحة وسائل إعلامية متنوعة وبطرق متعددة بغرض الدعاية وجذب الانتباه وإضفاء الشرعية على مطالبها، كما تستخدم الأنظمة السياسية الإعلام في حربها على الإرهاب.

وقبل أن نبدأ في بحث عناصر الموضوع أجد من المفيد هنا أن أضبط مفهوم الإرهاب والجماعات الإرهابية بشكل إجرائي حتى نتجنب الفوضى الشائعة اليوم في استخدامات هذا المصطلح.

ولأجل ذلك أعتمد هنا في هذه الدراسة تعريف الجمعية العامة للأمم المتحدة للإرهاب التي عرفته كما يلي: "يمكن أن ينظر إلى الإرهاب على أنه كل الأعمال الإجرامية التي يقصد منها أو يراد بها إشاعة حالة من الرعب بين عامة الجمهور أو جماعة من الأشخاص أو أشخاص معينين لأغراض سياسية مهما كانت طبيعة الاعتبارات (من سياسية أو فلسفية أو عقائدية أو عرقية أو إثنية أو دينية أو غيرها) التي قد يحتج بها لتبرير تلك الأعمال. (Koh, 2002: 3) وعليه فإننا في هذه الدراسة نعتبر جهة إرهابية كل جهة مهما كانت طبيعتها (جماعة، حكومة، حزب، . . .) تلجأ للاعتماد على أعمال إجرامية واستخدام العنف المفرط بقصد تحقيق غايات سياسية.

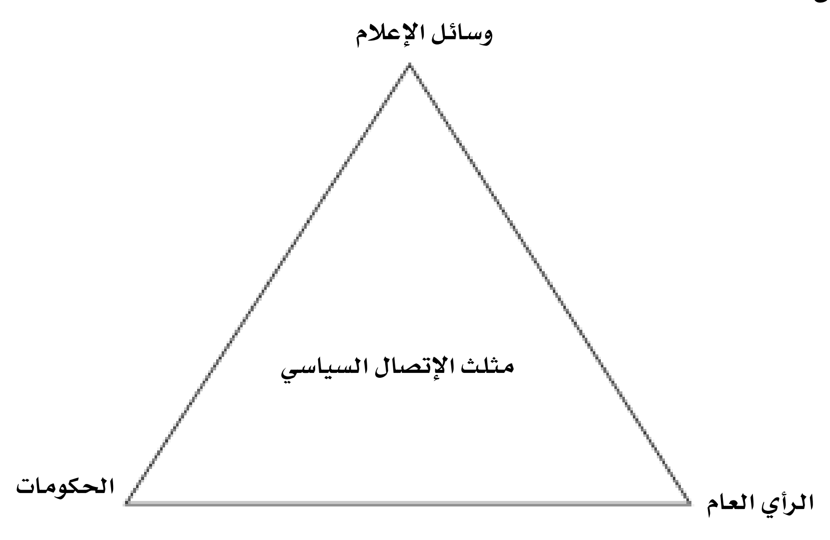
أولا: الحاجة لتسليط الضوء على كامل المشهد

المعروف أن تسليط الضوء بشكل كثيف على جزء من المشهد يؤدي إلى حجب

الرؤية عن كامل الصورة، وهذا ما هو حاصل اليوم عند الحديث عن العلاقة بين الإعلام والإرهاب. الأصل في الإرهاب أن بعض الجماعات تستخدم العنف لإقناع خصومها للاستجابة لمطالبها، أو لاستفزاز السلطات حتى تنخرط في ممارسة القمع دون تمييز، وهو ما سيؤدي إلى تقويض الدعم للحكومة وتبرير استخدام العنف ضدها .(Walsh, 2010: 1) لتنشأ علاقات عنف متبادل بين جماعات مسلحة ستُعرف بأنها إرهابية تسعى لتغيير الوضع القائم من جهة، وسلطات حكومية تعمل على الحفاظ على الأمر القائم حتى لو كان غير مشروع من جهة أخرى. غير أنه يتم التركيز وبشكل مبالغ فيه على طرف واحد فقط في هذه العلاقة متهم باستخدام العنف واستغلال وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه، طبعا هذا الطرف هو الجماعات الإرهابية، بينما يتم السكوت وبشكل يثير الكثير من الاستفهامات عن الطرف الثاني الممثل في الحكومات التي كثيرا ما تلجأ إلى استخدام القوة المفرطة وبشكل مبالغ فيه ضد شرائح واسعة من المجتمع بدعوى مكافحة الإرهاب، وتوظف في ذلك وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق غاياتها السياسية. إن وجود وسائل الإعلام في موقع التنافس بين الحكومات والجماعات الإرهابية التي تستخدم وسائل عنيفة حتى يتم الاعتراف بها كلاعب سياسي، يضعها أمام طرفين يحاولان استغلالها في حربهما ضد بعضهما البعض. لذلك أعتقد أننا بحاجة اليوم للانعتاق من الخطاب المهيمن الذي يركز على جزء واحد فقط من المشهد، وذلك بتوسيع قراءتنا للمشهد القائم إلى جميع أطراف العلاقة، حتى نتمكن من الوصول إلى استنتاجات مفيدة حول العلاقة بين وسائل الإعلام ومختلف الأطراف في تعاطيها مع موضوع الإرهاب. إن "الإرهاب" في المقام الأول هو ظاهرة تقوم على عدم التماثل بين طرفين، الأول هو المنظمات السرية التي تستخدم وسائل عنيفة للتعبير عن مطالبها، والثاني هو الدول بوصفها صاحبة الشرعية الوحيدة في احتكار استخدام العنف الشرعي. وعليه لا يجب النظر لظاهرة "الإرهاب" على أنها علاقة بين عنصرين فاعلين، وسائل الإعلام / الإرهاب، ولكن يجب النظر إليها على أساس أنها علاقة بين ثلاثة جهات فاعلة هي السلطات العمومية (الحكومة) / وسائل الإعلام/ الجماعات الإرهابية. حيث تكون مسألة الشرعية هي القضية الأساسية التي تحكم هذه العلاقة. إن تصنيف "الإرهاب" يشكل تحديا حقيقيا يعكس صراعا

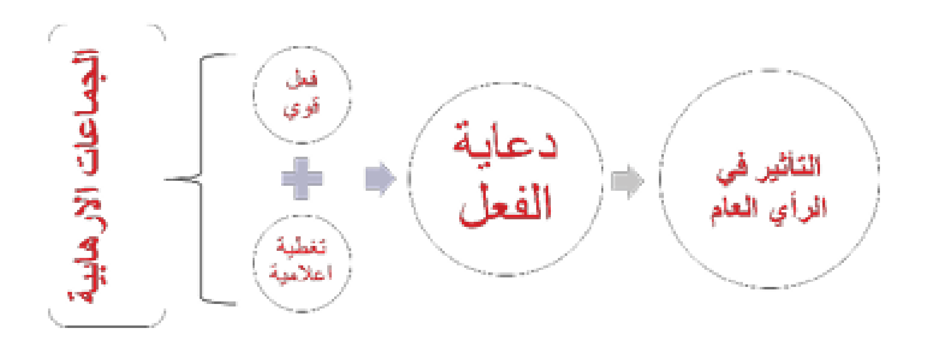
رمزيا بين أطراف العلاقة لإقناع طرف ثالث مؤثر هو "الرأي العام" ، وبالتالي ينتج مجموعة من استراتيجيات الاقصاء والعداء .(Bigo, 1988:13-79) لذلك من المفيد هنا أن نعتمد على فكرة "مثلث الاتصال السياسي" الذي يتشكل من ثلاثة رؤوس هي: وسائل الإعلام، والرأي العام، وصناع القرار الحكوميين.

وقد شرحت الباحثة Nacos (Nacos, 2002: 11) هذه الفكرة، حيث أشارت إلى أن مثلث الاتصال السياسي يتكون من الاتصال بين الجمهور والحكومة، ففي المجتمعات الحديثة لا يمكن للمسؤولين الحكوميين وعامة الناس التواصل مباشرة مع بعضهم البعض، لذلك تقوم وسائل الإعلام بتوفير خطوط الاتصال، ودورها هنا في عملية الاتصال ضمني، ومع ذلك فإننا نحتاج إلى أن نضع في الاعتبار أن وسائل الإعلام لا يمكن ان تعتبر "قنوات تواصل محايدة وسلبية" خصوصا بالنسبة للأفراد أو الجماعات التي لا تستطيع أن تعبر عن آرائها لأنها لا تتماشى والخطاب المهيمن والسائد.



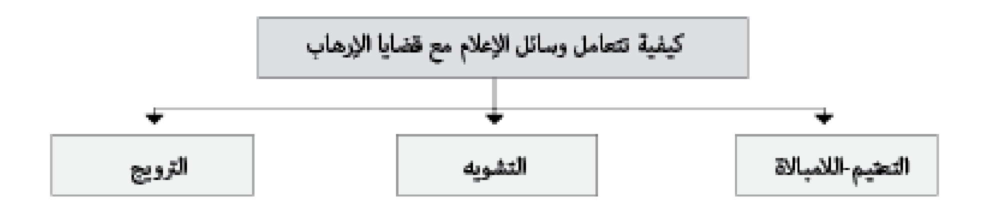
وتعتبر اليوم وسائل الإعلام هي الأداة الأكثر أهمية التي يمكن استخدامها في محاولة تغيير الرأي العام أو على الأقل التأثير في مواقف وآراء وقيم الجمهور (Paletz & Schmid, 1992: 137-169) لذلك يعتقد الإرهابيون أن صوتهم غير المسموع ورسالتهم ستصل عند تبنيهم للعنف السياسي خصوصا عندما ينخرطون في أعمال عنف استعراضية. لأنه حسبهم وسائل الإعلام لن تنقل فقط الأفعال

العنيفة، ولكن أيضا رسالتهم السياسية وذلك خلال بحثها عن تفسير منطقي لهذه العمليات. لذلك تستغل الجماعات الإرهابية بنوعيها الدولية والمحلية وسائل الاتصال التقليدية والجديدة لتحقيق مجموعة من الأهداف الحاسمة. حيث تنشر وسائل الإعلام "دعاية الفعل "Propaganda of the deed” التي تعتمدها الجماعات الإرهابية بدعوى تغطية الأحداث (Nacos, 2006: 81-102)وهو الأمر الذي انعكس على اختيار الأساليب الإرهابية المعاصرة والأهداف التي يتحكم فيها معيار جلب اهتمام وسائل الإعلام على نطاق واسع من أجل إيصال رسائل الإرهابيين إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير. (Surette, Hansen, Noble, 2009: 360?370)



العلاقة بين وسائل الإعلام والإرهاب تعكس ديناميكيات متأتية من التفاعل بين الجماعات الإرهابية والحكومات، ولكن أيضا، كما لاحظ على وجه الخصوص M.Wieviorka & Wolton من التفاعل مع وسائل الإعلام. هذه الديناميكيات لا تتجزأ وتأتي من حقيقة أن المعركة بين الجماعات الإرهابية والحكومات تُلعب بشكل رئيسي في مجال الرأي العام. فدون اللجوء إلى الرأي العام، لعواطفه وأحكامه، فإن الجماعات الإرهابية تفقد سلاحا مهما للإقناع (Féron E., 2003: 135-147) كما تفقد الحكومات كذلك غطاء الشرعية والسند المعنوي. لذلك لا يجب هنا إنكار أن مهندسو العمليات الإرهابية استغلوا وسائل الإعلام وشبكة الإنترنت لصالح الرفع من كفاءة عملياتهم، وجمع المعلومات، والتوظيف، وجمع الأموال، وخطط الدعاية الشاملة. ولكن كذلك يجب الاعتراف بأن الحكومات تستفيد بدورها من وسائل الإعلام وتستخدمها لحشد التأييد الشعبي لتدابير مكافحة الإرهاب. وهنا

أود أن أشير أن الحيادية والموضوعية في دراسة هكذا مواضيع تقتضي التجرد وعدم الانحياز لأي طرف، وذلك بالنظر للدور الخطير الذي تلعبه وسائل الإعلام في حياتنا. دور أثار اهتمام الباحث الإعلامي لازرفيلد في عام 1944 عندما بحث في قدرة وسائل الإعلام على صياغة وتشكيل أولويات الناس تجاه القضايا المختلفة في المجتمع، حيث وجد أنه إذا تم التركيز على قضية معينة في الإعلام، فإنها ستحظى باهتمام الجمهور، والعكس صحيح، وهذا ما يعرف بنظرية "تحديد الأوليات" Agenda Setting Theory والتي أثارها الباحثان الإعلاميان Shaw & McCombs (Shaw & McCombs, 1977:5)



ثانيا: طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجماعات

اكتشفت الجماعات الإرهابية فائدة وسائل الإعلام، وأدركت تأثيرها المتصاعد في الرأي العام. وبحكم أن الجماعات الإرهابية تسعى إلى نشر قضيتها لجأت إلى استخدام وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق ذلك. هدف الجماعات الإرهابية الذي كان دائما مطروحا هو كيفية الوصول الى الجمهور. ولتحقيق هذا الهدف الجماعات الإرهابية بحاجة إلى فعل تكون قوته كافية لكسب اهتمام وسائل الإعلام، والإعداد لعمل يُسهل التواصل والوصول إلى الجمهور. فظهر مفهوم "الدعاية بالفعل" في القرن التاسع عشر ليتبنى الإرهاب المعاصر أساليب جديدة برزت تحت ما بات يعرف بـ "استراتيجية الاتصالات العنيفة (Schmid and de Graaf, 1982: 15)، هذا من جهة، ومن جهة ثانية تسعى وسائل الإعلام لتلبية احتياجات جمهورها من خلال توفير القصص التي تحتوي على عدد من العناصر المحددة: حوادث مثيرة، صدى عاطفي، أو بعض الجوانب المقلقة. وهو بالضبط ما توفره عمليات الجماعات الإرهابية، لذلك وانطلاقا من هذا المعطى يفترض البعض وجود علاقة تكافلية بين وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية .(Camphuijsen & Vissers, 2012: 14-24)

ومن الأهمية بمكان هنا ولفهم طبيعة هذه العلاقة البحث في طبيعة الاستفادة التي يجنيها كل طرف من هذه العلاقة ببحث أهداف كل منهما. بالنسبة للجماعات الإرهابية فإن هدفها ليس ايذاء أكبر عدد ممكن من الناس لأنه سيحولها لمجرد مجموعات عبثية بلا هدف والواقع يكذب ذلك، ولكن هدفها هو التأثير على الرأي العام فيما يتعلق بشرعية مطالبها التي تبرر القيام بهكذا عمليات، لذلك فهي تحتاج إلى وسائل الإعلام لنقل رسائلها السياسية وشرح مطالبها. وهذا بالضبط ما دفع رئيسة الوزراء السابقة - مارغريت تاتشر - لاعتبار وسائل الإعلام بـ أكسجين الإرهابيين (Muller, Spaaij & Ruitenberg, 2003: 65) ونفس الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام التي يبدو أنها مستفيدة بشكل ما من الأعمال الإرهابية، فهي تعتبر منظمات اقتصادية تحكمها علاقة الربح والخسارة في سوق مفتوح وتنافسي، الأمر الذي يجعلها في منافسة مفتوحة لتحقيق السبق واستقطاب أكبر عدد من الجمهور ومن الاعلانات. وبالتالي يتعين علينا أن نسأل أنفسنا ما إذا كان هناك حقا علاقة تكافلية بين الإرهاب ووسائل الإعلام؟ وما هي أنواع العلاقات القائمة بين الجماعات الإرهابية ووسائل الإعلام؟ لاستكشاف عناصر هذه العلاقة التكافلية المزعومة بين الجماعات الإرهابية ووسائل الإعلام سنجيب على كل ما سبق من خلال البحث في كيف تفيد الدعاية الإرهابيين من جهة، وكيف تستفيد وسائل الإعلام من أفعال الإرهابيين من جهة ثانية.

1. كيف تستفيد الجماعات الإرهابية من وسائل الإعلام:

- الإرهاب دون اتصالات غير موجود (Soriano, 2008: 2) ?عبارة للباحث Marshall McLuham تكشف عن درجة ارتباط الإرهاب بوسائل الإعلام. حيث تدرك الجماعات الإرهابية أن مصلحتها تتحقق من خلال الحضور الدائم وغير المشروط في وسائل الإعلام لأن ذلك يضخم من قدرتها على الوصول إلى الجمهور، ويعزز الآثار المترتبة على تهديداتها وإكراهاتها.

ومن المفيد لفهم طبيعة علاقة الارتباط هذه التي أثارت وما تزال الكثير من النقاشات الرجوع إلى دراسة Paletz و (Vinson Vinson, 1992: 1-5) Paletz) التي أولت اهتماما خاصا للسؤال التالي: ما هي الرسالة السياسية للجماعات الإرهابية

في الواقع الحالي؟ وماذا يريد الإرهابيون أن يقولوا لنا؟ ولماذا هم يائسون لدرجة استعدادهم للانخراط في العنف؟ من هذا المنظور يمكن القول أن الدعاية هي بمثابة وسيلة، وليس غاية. بمعنى أن العمليات الاستعراضية ليست غاية في ذاتها. ولكن إذا كانت الدعاية ليست هي الهدف، ما هي أهداف الإرهابيين إذن؟ حدد Paletz Vinson مجموعة من الأهداف التي يسعى الإرهابيون إلى تحقيقها من خلال الدعاية ووسائل الإعلام يمكن أن نلخصها في:

- محاولة اظهار قوة تنظيمهم مقابل ضعف السلطات وعدم قدرتها على توفير الأمن.
- محاولة الاستفادة من القمع الذي تمارسه الحكومة ضدهم من خلال كسب تعاطف الناس معهم. فعندما تقوم السلطات بقمع الإرهابيين يمكن أن يوظف الإرهابيون ذلك اعلاميا لكسب مزيد من المؤيدين عبر استخدام وسائل الإعلام لتصوير الطبيعة القمعية للنظام.
- رفع الروح المعنوية لأفراد الجماعات الإرهابية وأنصارها، مقابل تثبيط معنويات خصومهم. وتعتبر الدعاية هنا أهم الوسائل لتحقيق هذا الهدف.
- كسب التعاطف هو واحد من أهم أهداف الجماعات الإرهابية. ذلك أن مفهوم شرعية الجماعات الإرهابية يرتبط بشكل مباشر بالتعاطف الشعبي معها لدعم قضيتها.
- نشر التطرف لدى جزء كبير من الجمهور، بهدف خلق استقطابات واصطفافات في الواقع السياسي من أجل نشر حالة من الفوضى والخوف. وهكذا، تجد الجماعات الإرهابية أنه من المفيد للغاية خلق الشكوك والقلق في اوساط الرأي العام. لأن هذا يساعدهم على إثبات أن الحكومة فاقدة للسيطرة، ويمكن أن يؤدي كل هذا في النهاية إلى الصراع الاجتماعي.

يحاول الإرهابيون تعزيز فكرة أن أعمال العنف التي يرتكبونها هي أمر ضروري، بل هي في الواقع عمل بطولي. لا وجود للإرهاب من دون استخدام العنف، الذي يعد بمثابة وسيلة لإيصال رسالتهم. ومع ذلك، تؤكد الجماعات الإرهابية أن العنف هو وسيلة لتحقيق غاية، وليس غاية في حد ذاته. والطريقة الوحيدة لتحقيق ذلك هي استخدام وسائل الإعلام.

مما سبق نفهم أن وسائل الإعلام تشكل أهمية خاصة للإرهابيين، فمن المهم بالنسبة لهم أن تقوم وسائل الإعلام بنقل رسالتهم السياسية كما تنقل أعمالهم العنفية، لأنهم يعتقدون أنه من خلال هذه التغطية فقط يمكنهم تحقيق أهدافهم. وعليه استنتج الباحثان Paletz وVinson أنه يمكن أن ينظر إلى الدعاية الإعلامية بشكل عام باعتبارها عنصرا هاما في استراتيجية الجماعات الإرهابية.

ويعتقد Paletz و Schmid أن الإرهابيين يركزون على أنواع محددة من أعمال العنف، أعمال يكون من شأنها جذب اهتمام وسائل الإعلام (Paletz & Schmid, 1992: 137-169) بمعنى آخر أنه في كثير من الأحيان يحدد الإرهابيون أعمالهم من خلال حجم الضجة أو التغطية الإعلامية التي ستضمنها. ويقدم الباحثان في هذا الخصوص ثلاثة عوامل مهمة تحدد صدى أعمال الجماعات الإرهابية هي:

1- درجة العنف: والتي يمكن قياسها من خلال عدد أو وضع الضحايا. فكلما زاد عدد المتضررين من الأعمال الإرهابية، كلما كانت أكثر إثارة للاهتمام بالنسبة لوسائل الإعلام، أيضا عندما يكون ضحايا هذه الأعمال من الفئات الضعيفة (مثل الأطفال) أو الشخصيات المشهورة .(Schmid, 2005: 137?146)

2- التجنيد والدعاية: فمن خلال أعمال العنف يمكن تجنيد أعضاء جدد. ومع ذلك، توجد أيضا طرق ?قانونية ?يستخدمها الإرهابيين لجلب الانتباه. الأمثلة على ذلك التجمعات، والخطب، والملصقات، والكتيبات والبرامج الإذاعية والكتابات السياسية.

3- الاختيار الأمثل للوقت والمكان المناسبين للقيام بالأعمال الإرهابية: يقوم الإرهابيون باختيار الوقت الأمثل لتنفيذ عملياتهم في سبيل تحقيق أكبر قدر ممكن من الاستفادة النفسية. حيث يقوم الإرهابيون باختيار الأهداف التي يمكن أن تصل لها أكبر عدد ممكن من وسائل الإعلام بسهولة. وهكذا، فإن المدن (خصوصا العواصم) تكون أكثر عرضة للهجوم من البلدات الصغيرة النائية. اعتبار آخر يكمن في أن الإرهابيين يستغلون حدث خاص ما باعتباره فرصة تتجمع فيها وسائل الإعلام. ويبدو أيضا أن توقيت العمليات مهم جدا في جذب اهتمام وسائل الإعلام. وتعتبر الساعات التي تعرف أعلى نسبة مشاهدة "وقت الذروة" وقت مناسب لتنفيذ عمل إرهابي:(Paletz & Schmid, 1992: 137-169).

تبني الأعمال الإرهابية ومسؤولية القيام بها هي واحدة من أكثر الطرق مباشرة للفت انتباه وسائل الإعلام. حيث يلجأ الإرهابيون بعد تنفيذ عمل إرهابي عنيف إلى تبنيه وشرح كيفيات، وهو ما يستقطب الكثير من وسائل الإعلام (Paletz & Schmid, 1992: 137-169) ويعد استخدام رموز قوية استراتيجية ناجحة لكسب اهتمام الرأي العام. فاختيار شخص معين أو مجموعة محددة كهدف، أو اختيار اسم رمزي لجماعة إرهابية، هي أمثلة على استخدام الرموز. في حالات أخرى، الرمزية يمكن العثور عليها في التاريخ أو التوقيت، أو مكان القيام بالعمل الإرهابي. وعلاوة على ذلك، يمكن أن يتم العمل بطريقة معينة يكون لها معنى رمزي .(Paletz & Schmid, 1992: 137-169)

إن الأهداف النهائية للجماعات الإرهابية ذات طبيعة سياسية بامتياز، إذ تريد بعضها تحقيق الاستقلال الوطني، والبعض الآخر منها يعمل على تغيير النظام، بينما تطالب أخرى بانسحاب القوى الأجنبية من بلدانها. أيا كانت أهدافها النهائية تعرف الجماعات الإرهابية أن الإشهار والدعاية هي وسائل ضرورية لتحقيق غاياتهم النهائية. فبدون علم الأصدقاء والأعداء بوجودها، وبدوافعها، وأهدافها، فإن الجماعات الإرهابية لا تملك أية فرصة لتحيق أجندتها السياسية.

2. كيف تستفيد وسائل الإعلام من الجماعات الإرهابية:

قدم الباحث Barnhurst نموذجين لوصف العلاقة بين وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية هما :(Barnhurst, 1991:112-137)

أ. نموذج مسؤولية وسائل الإعلام :(the culpable-media model) وفقا لهذا النموذج، وسائل الإعلام تشكل جزء من حلقة مفرغة. فمن خلال تغطية الهجمات الإرهابية، وسائل الإعلام تلعب دورا في نقل الرسائل الإرهابية لجمهور كبير. وهذا بالضبط هو الهدف الرئيسي الذي تسعى لتحقيقه الجماعات الإرهابية، وبالتالي فإن وسائل الإعلام بطريقة غير مباشرة تشجع الجماعات الإرهابية على تنفيذ المزيد من الهجمات بقصد الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، وهو ما يدفع بدوره وسائل الإعلام لتغطية الهجمات الإرهابية الجديدة. وهذا يخلق حلقة مفرغة، حيث تشن الجماعات الإرهابية هجمات إرهابية، فتقوم وسائل الإعلام

بنقلتها، وهو ما يؤدي إلى مزيد من الهجمات، الذي يجلب مزيد من التغطيات. هذا النموذج يقدم وسائل الإعلام كسبب من اسباب تزايد الهجمات الإرهابية.

ب. نموذج وسائل الإعلام المنكشفة :(the vulnerable media model) يقدم هذا النموذج وسائل الإعلام بوصفها ضحية للإرهاب وليست سببا له. في هذا الإطار، يقترح Barnhurst امكانية أن تقوم وسائل الإعلام بوقف تغطية الإرهاب نظريا، وهو اقتراح كانت رئيسة الوزراء البريطانية السابقة ?مارغريت تاتشر ?قد طرحته حيث اقترحت على وسائل الإعلام ألا تلتفت إلى الأعمال الإرهابية وأن تمتنع عن نقلها وتغطيتها. فقطع الاكسجين عن هذه الجماعات سيؤدي حتما الى نهايتها,Muller) (Spaaij & Ruitenberg, 2003: 65 غير أن هذا في تصوري لن يكون كافيا للقضاء على الأنشطة الإرهابية. فالإرهابيون يملكون خيارات كثيرة في تعاملهم مع وسائل الإعلام بسبب أولا المنافسة القائمة بين وسائل الإعلام في النظام الحالي الذي تتنافس فيه وسائل الإعلام لتحقيق السبق الصحفي، ثم ثانيا بسبب وجود قنوات بديلة مهتمة ومستعدة لتغطية الأعمال الإرهابية (شبكة الأنترنت).

وغالبا ما تحدث الهجمات الإرهابية من أجل الحصول على اهتمام وسائل الإعلام، وبالتالي لفت انتباه أكبر عدد ممكن من الجمهور للمجموعات التي ترتكب هذه الهجمات. وبالمقابل تحاول وسائل الإعلام باستمرار إرضاء جمهورها بتوفير المعلومات بسرعة وبشكل مثير. وفي محاولتها لجذب القراء والمشاهدين. تركز على الحوادث المثيرة، القصص العاطفية، والموضوعات التي يجدها القراء والمشاهدون مثيرة للاهتمام. والتي تؤثر بشكل مباشر على الجمهور (Glüpker,2008) إن الخبر الذي يغطي عمل إرهابي مثال نموذجي للموضوع حيث يستجيب لكل ما ذكرناه سابقا. لذلك فإن وسائل الإعلام تعتمد على الجماعات الإرهابية بسبب ما توفره أعمالها من قيمة إخبارية مفترضة. فالسبب الرئيسي الذي يدفع وسائل الإعلام إلى تغطية هذا النوع من الأعمال هو زيادة عدد مشاهديها المرتبط أساسا باستقطاب مزيد من الاعلانات التي تعتبر مصدر دخل رئيس لها. إذن تدرك وسائل الإعلام بالتأكيد أن الإرهاب له قيمة اخبارية كامنة، وبالتالي يجب أن تقوم بتغطية كل نشاطاته، وتشعر أيضا وسائل الإعلام بالحاجة للرد على طلب الجمهور للحصول على الأخبار والمعلومات حول الجماعات الإرهابية (Wilkinson, 1997: 51-64)

وتتنافس وسائل الإعلام بشراسة لزيادة حصتها في السوق من الجمهور وللحصول على أعلى عائدات من الإعلانات، لذلك تتسابق في تغطيتها للأعمال الإرهابية خصوصا الاستعراضية منها، والتي تجلب أكبر قدر من المتابعين. الذين بدورهم يشكلون هدفا مهما في سياسات الشركات الترويجية وبالتالي ينعكس ذلك ايجابا في شكل زيادة مداخيل الاعلانات الترويجية. فالمؤسسات الإعلامية اليوم هي منظمات أعمال في الأساس والعديد من مدراءها التنفيذيين جاؤوا من عالم الأعمال وليس من صفوف الصحفيين.

لكن وبالمقابل يجب الاشارة هنا إلى وجود عوامل أخرى قد تلعب دورا في مثل هذه القرارات، مثل المصلحة الشخصية أو المسؤولية الاجتماعية، لكنها تبقى عوامل ليست محددة. رغم أن وسائل الإعلام تحتاج إلى تحمل مسؤولية معينة في تغطية الأنشطة والأحداث الإرهابية. ومن هذه المسؤولية يتشكل الأساس للانتقادات الموجهة لوسائل الإعلام. حيث تطرح الكثير من الحكومات فكرة أن الصحفيين وبدلا من تغطية الأحداث ونقل الأخبار، تحولوا إلى نشر الدعاية الإرهابية. كما لاحظ النقاد أنه في بعض الحالات، موضوعية الصحفيين في تغطية الأنشطة الإرهابية هي محل تساؤل وشك. وأخيرا تدعي بعض الانتقادات الموجهة لوسائل الإعلام أن محرك وسائل الاتصال الجماهيري هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، بغض النظر عن الرسالة التي تنقلها وهو ما يمكن أن يسبب تغيرات في البيئة الاجتماعية والسياسية.

أعتقد أن أدق وصف يمكن تقديمه للعلاقة بين وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية هو ما قدمه الباحث Biernatzki عندما اعتبر أن وسائل الإعلام اليوم أصبحت تشكل جزءا مهما من الثقافة الحديثة وأن معظم الإرهابيين اليوم يتعاملون معها كعامل مهم في تكتيكاتهم بطريقة أو بأخرى . (Biernatzki, 2002: 21)

من هذا المنطلق نستطيع أن نستنتج أنه توجد علاقة ترابط بين الجماعات الإرهابية ووسائل الإعلام. يسعى فيها كل واحد منهما من خلال الآخر إلى تحقيق ربح أكبر. لذلك أصبح شائعا وعلى نطاق واسع أن هناك علاقة تكافلية بين الإرهاب ووسائل الإعلام.

فالإرهاب يوفر القصص المثيرة التي تساعد على بيع منتج وسائل الإعلام، وبالمقابل توفر وسائل الإعلام للجماعات الإرهابية وسيلة لنشر رسالتها ونشر الخوف بين الجمهور .(419393S pencer, 2012:).

ويجب أن نشير هنا إلى أن هناك من ينكر وجود مثل هذه العلاقة حيث حاول عالم الاجتماع الفرنسي Michel Wieviorka، في كتابه صناعة الإرهاب (1993)، رفض الادعاء بأن الإرهاب ووسائل الإعلام في علاقة تكافلية. وأشار بالمقابل لوجود أربعة علاقات متميزة بين الإرهابيين ووسائل الإعلام هي (Wilkinson, 1997: 51-64)

1. الأولى توصف بأنها لامبالاة خالصة، فالجماعات الإرهابية لا تسعى من خلال أعمالها إلى تخويف مجموعة سكانية معينة ولا إلى تحقيق دعاية انقلابية. هذه العلاقة غير واقعية تماما لأنها تفقد هذه الأعمال مبرر وقوعها.



2. الثانية فهي اللامبالاة النسبية، فيها يكون مرتكبو العنف غير مبالين بالتغطية الإعلامية ليس بسبب عدم اهتمامهم بوسائل الإعلام، ولكن لأن هناك قنوات اتصال أخرى (مثلا شبكة الأنترنت) يمكنهم من خلالها مناقشة وشرح مواقفهم.

3. الثالثة استراتيجية موجهة نحو الإعلام، تقدم تفسير ذاتي. تنوي هذه الفئة تغطية الجهود الإرهابية لإثارة وسائل الإعلام العاملة، والتلاعب المحسوب لما يعرفونه من عمليات وسائل الإعلام. يعتقد Wieviorka أن هذه هي الحالة الوحيدة التي تتشارك فيها الجماعات الإرهابية في علاقة مفيدة مع وسائل الإعلام حيث تستخدم وسائل الإعلام بوصفها أداة لنشر رسائل التهديد والتخويف.

4. الرابعة والأخيرة فسماها Wieviorka القطيعة الكاملة والتي يمكن وصفها بـ "إكراه وسائل الإعلام". يشير Wieviorka هنا إلى الحالات التي ينظر فيها الإرهابيون للمؤسسات الإعلامية ورؤساء التحرير والصحفيين والمذيعين كأعداء يجب معاقبتهم وتدميرهم.

ثالثا: طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومات في ظل الإرهاب

وصف الباحثان Paletz و Vinson إرهاب المتمردين عن سلطة الدولة الذي تقوم بها فواعل من غير الدول. وقاما بالتمييز بين إرهاب المتمردين وإرهاب الدولة الذي يشمل الإرهاب الذي تستخدمه الحكومات تجاه شعوبها أو تجاه مواطني دول أخرى (Paletz & Vinson, 1992: 1-5)

النوع الثاني من الإرهاب كثيرا ما تم اهماله والتغاضي عن التعاطي معه، رغم أنه لا يقل خطورة عن الأول إن لم يفقه. لذلك سنحاول أن نتناول علاقته بوسائل الإعلام من خلال عنصرين هما: علاقة الحكومات مع وسائل الإعلام في ظل سياسات مكافحة الإرهاب، واستخدام الحكومات لوسائل الإعلام لتبرير استخدامها للعنف المفرط ضد شرائح واسعة من المجتمع. حيث يبرز هنا موقفان: الأول يرى بأن الحكومات بحاجة للتدخل في تغطية وسائل الإعلام للأعمال الإرهابية لدواع متعلقة بالأمن القومي. والثاني يعتقد أن وسائل الإعلام مدعوة لتنظيم نفسها بشكل مناسب لفرض رقابة ذاتية كلما دعت الحكومة لذلك.

1. علاقة الحكومات مع وسائل الإعلام في ظل سياسات مكافحة الإرهاب

تفرض قدرة شبكة وسائل الإعلام على التأثير منطقا للعمل على الفاعلين

الأساسيين في العلاقة وسائل الإعلام/الإرهاب. حيث تصبح العلاقة بالإرهاب استعراضية تقوم على معركة الكلمات، وألعاب الاتهام المتبادل بين الفاعلين في هذه العلاقة تأخذ بعدها العنفي في المسرح الإعلامي، ويتمحور التحدي الحقيقي فيها حول كسب الرأي العام ودعمه لقضية كل طرف. لذلك تبذل الحكومات الكثير من الجهد لكسب وسائل الإعلام وتجنيدها في حربها على الإرهاب.

يفترض بحث هذه العلاقة تأمل سياسي وقانوني واسع بشأن المسؤوليات والقيود التي ترد على ممارسة التغطية الإعلامية لنشاطات الجماعات الإرهابية ولأعمال مكافحتها التي تشنها المصالح الحكومية. لأن البيئة التي ينشط فيها طرفي العلاقة جدا غامضة ومعقدة وغير محددة. وفي هكذا بيئة إلى أي مدى يمكن أن يعمل الإعلامي بجدية في حقل حيث المعلومات إما غير موجودة، أو عندما تكون متاحة فهي في يد العدالة أو الشرطة أو المخابرات؟ التعامل مع المخاطر، التلاعب أو التحريف أو التزييف تبقى قائمة في هكذا حالات .(Tavernier, 2001: 147-149) وكثيرا ما يُطلب من الصحفيين الصمت أو على الأقل تغيير أسلوب عرضهم للأحداث، وهو ما لا يفهمونه لأنهم يرون في ذلك شكلا من أشكال تدخل الطبقة السياسة في مهنتهم .(Wieviorka & Wolton, 1987. Garcin-Marrou, 1995: 161)

وتقبل معظم الحكومات بتغطية وسائل الإعلام للهجمات الإرهابية خضوعا لمبدأ الحق في المعلومة، لكنها تشترط ألا يتحول هذا الحق الى أداة للدعاية، وتصر على ضرورة التزام وسائل الإعلام بإعلام الجمهور عن عدد الضحايا، والمنفذين المحتملين، ومطالبهم وردود فعل الحكومة فقط. وتماما كما في زمن الحرب والأزمات الدولية الخطيرة الأخرى تلجأ الحكومات إلى الحد من حرية الإعلام وضبطها بدعوى حماية الأمن القومي من الإرهاب. بل أحيانا وبسبب ارتفاع خطاب الوطنية والولاء القومي تمارس الصحافة رقابة ذاتية تحد من هامش الحرية الذي كان متاحا لها. وهذا في الحقيقة يجرد وسائل الإعلام من القدرة على التحليل والذهاب إلى ما وراء الحدث، وهو ما يتناقض مع دور رجل الإعلام، حيث وكما يرى Bourdieu لم يعد الصحفي حلقة وصل بين الجمهور وأولئك الذين يعرفون، لكنه أصبح هو الذي يعرف، لأنه تحول لوسيط بين الجميع وللجميع. لم يعد متحدثا باسم طرف ما بل أصبح هو الذي يتحدث، أي الذي يصادر ويدعي التحدث عن رأي .(Bourdieu, 1982: 119)

غير أن وسائل الإعلام تحاول دائما التأكيد بأنها لا تخدم الإرهاب الذي بدوره لا يقدم أي خدمة لوسائل الإعلام، لكنها تعمل على إنتاج خطاب على الإرهاب يستجيب أكثر لمنطق الوظيفة الإعلامية، الذي يقوم على مبدأ حق الجمهور في المعلومة، هذا الخطاب يمكن أن ينتج عواقب تخدم أو تعيق مصالح مختلف الفاعلين الذين لهم علاقة بالإرهاب. هذه العواقب هي التي تحدد مواقف هؤلاء الفاعلين من وسائل الإعلام. فمنذ منتصف السبعينات تؤكد معظم الحكومات التي تعاني من مشكلة الإرهاب على أن وسائل الإعلام تشجع انتشار الإرهاب، فمشاهد العنف التي يجري تضخيمها من قبل وسائل الإعلام تضمن استجابة كبيرة للأعمال الإرهابية.

2. استخدام الحكومات لوسائل الإعلام لتبرير استخدامها للعنف المفرط:

تبرر الحكومات وباسم الرأي العام محاربة الإرهاب، وهو نفس الرأي العام الذي تبرر به طلب الموافقة على الإجراءات القانونية، والبوليسية والعسكرية التي تم وضعها لمحاربة الإرهاب. وتدعو وسائل الإعلام للانخراط معها في مسعاها لعزل الجماعات الإرهابية عبر الدفاع عن حزمة الإجراءات الحكومية بكونها ضرورية لمكافحة الإرهاب. لذلك تدعو الحكومات أحيانا وسائل الإعلام لتلعب دورا كبيرا في شيطنة أعمال المعارضين للنظام وتصويرهم على أساس أنهم مجموعة من الخارجين عن القانون الذين لا يحترمون أي مبدأ ولا يحملون أي شرف.

تسعى الحكومات لتشويه صورة الجماعات الإرهابية وعزلها في ذهن الجمهور. بشكل يدفع الناخبين في البلد المستهدف إلى الاحتشاد وراء قادتهم ودعم التدابير التي كانوا يرفضونها في ظل الظروف العادية، وكانت تعتبر مساسا خطيرا بالحقوق المدنية. واستطاعت الحكومات أن تروج من خلال وسائل الإعلام لخطاب مهيمن ينظر للإرهاب باعتباره "حرب"، أو "جريمة"، أو "شر غير حضاري" وبأنه - المرض- .(Spencer, 2012: 393-419) وهو الأمر الذي سهل لها تمرير مجموعة من التدابير الرامية لمكافحة الإرهاب مثل الخيارات العسكرية والسياسية والقضائية، والتي هي في الغالب متعارضة مع مبادئ حقوق الإنسان وقيم الحرية والعدالة، كما سمح لها أيضا وفي نفس الوقت استبعاد خيارات أخرى: مثل المفاوضات. ورغم

استخدام الحكومات لوسائل الإعلام في حربها على الإرهاب تصر على التأكيد دائما على أن وسائل الإعلام مذنبة ومتهمة بدعم ظاهرة الإرهاب، من خلال توفيرها منصة للجماعات الإرهابية بدونها لن تتمكن من الانتشار والاستمرار. بل وتذهب إلى أبعد من ذلك حين تدعي أن وسائل الإعلام تعرقل جهود مكافحة الإرهاب. وهي تقوم بذلك ادراكا منها أن وسائل الإعلام الحديثة تشكل القناة الرئيسية للمعلومات عن الأحداث، وتلعب دورا حيويا في حسابات الإرهابيين. لذلك تعتقد أنه بدون تغطية وسائل الإعلام لعمليات ونشاطات الجماعات الإرهابية فإن تأثيرها سيتراجع وينعدم، ويبقى محصورا بشكل ضيق في الضحية الماشرة من الهجوم بدلا من الوصول إلى ?الجمهور المستهدف.?فمن خلال نشر الرعب والخوف لأكبر عدد ممكن من الجمهور يمكن للإرهابيين الحصول على أقصى قدر من النفوذ المحتمل الذي يحتاجونه لإحداث التغيير السياسي الأساسي (Hoffman, 2006: 40-41)، لذلك تسعى الحكومات لعزلهم اعلاميا لكسب المعركة الإعلامية التي تعد مقدمة أساسية لكسب الحرب على الإرهاب.

تعتبر الحرب على الإرهاب التي شنها الولايات المتحدة الأمريكية نموذجا في كيفية تعاطي الحكومات مع وسائل الإعلام. حيث خلقت هذه الحرب على نطاق واسع جوا من البارانويا (الارتياب والذعر)، مع آثار مباشرة على حرية الصحافة والتعددية. حيث حاولت الحكومة الأمريكية التلاعب بالرسالة الإعلامية من خلال ممارسة الضغوط على الصحفيين وعلى المؤسسات الإعلامية، مما أثر على نوعية التغطية الإعلامية للأحداث. وسمح ببروز الإشاعة عبر وسائل موازية (شبكة الأنترنت) التي وفرت مصدرا بديلا لا تحكمه أي ضوابط للمعلومة.

مارست الولايات المتحدة في حربها على الإرهاب الدعاية والتي تعتبر شكلا من أشكال الرقابة الذي يشوه تدفق المعلومات، حيث أنشأت الولايات المتحدة رسميا جهاز اتصالات شامل بين واشنطن ولندن واسلام اباد لتحسين مراقبة البيئة الإعلامية العابرة للحدود الوطنية. وهو ما كشفته صحيفة نيويورك تايمز في 19 فبراير 2002 حيث أنشئت وزارة الدفاع الأمريكية بعد 11 سبتمبر مكتب التأثير الاستراتيجي الذي يهدف إلى تسريب معلومات صحيحة أو خاطئة في الصحافة الدولية لخدمة المصالح الأمريكية. وهو الأمر الذي يكشف بأن بيئة العمل الإعلامي

في زمن الحرب هي أشبه بحقل ألغام خطير. وتعتبر التسريبات الموجهة أسلوب تضليل رائج، حيث تسرب وكالات الأمن القومي للصحفيين العديد من القصص المفبركة، وذلك لخدمة أغراضها على حساب الحقيقة لا سيما من خلال ما يسمى التسريبات الاستراتيجية (Ross, 2007: 218) لذلك من المهم هنا التأكيد على أن أهداف واهتمامات الوكالات الحكومية في حالات الإرهاب لا تتعارض فقط مع أهداف وسائل الإعلام بل هي في جوهرها في صراع معها. حيث تهدف وسائل الإعلام إلى تحقيق "السبق الصحفي" مع منافسيها والذي من شأنه أن يضمن لها الحفاظ على متابعة الجمهور، وبالتالي زيادة الإيرادات وتصنيفاتها. بينما مصالح الأمن والشرطة معنية أولا وقبل كل شيء بالوقوف في وجه التهديد الإرهابي، ومحاربته عبر تشويه صورته عند الرأي العام وسحب الغطاء الشرعي عن أعماله. ولتحقيق ذلك كثيرا ما تعتمد الحكومات على شن حملات دعاية قد تصل حتى إلى التضليل المنهج بقصد التأثير في اتجاهات الرأي العام، ليتقبل فكرة معينة أو خطة محددة، تنتهي بكسب شرعية تقوم على منطق الأمننة الذي يضمن لها الاستمرار في الحكم والبقاء فيه. بل أكثر من ذلك قد يصل الأمر ببعض الحكومات القيام بأعمال استعراضية ضخمة ونسبها للجماعات الإرهابية بقصد تشويهها. وهو ما أنتج السؤال المشهور "من يقتل من" أو من يقف وراء العمليات الإرهابية؟ الذي طُرح في أكثر من مكان وفي أكثر من مناسبة. لتبرز أراء متناقضة بشأن الإجابة عليه، إذ برز رأي أول يتهم مباشرة الوكالات الحكومية بالتخطيط لهكذا أعمال وتنفيذها بقصد تشويه الخصوم وشيطنتهم من جهة، ولكسب مزيد من الشرعية في حربها على الإرهاب من جهة ثانية. ومثال ذلك ما أثاره الباحث الفرنسي Thierry Meyssan حول من يقف وراء أحداث 11/ 11 في كتابه "L’effroyable imposture. Il septembre 2001" الذي شكك فيه بالرواية الرسمية الأمريكية، واتهم فيه وكالات الاستخبارات الأمريكية بالوقوف وراء تفجير برجي التجارة العالمية. وبالمقابل برز رأي ثان يرفض التفسير التآمري للأحداث ويؤكد على مسؤولية الجماعات الإرهابية على هكذا عمليات .(Meyssan, 2002).

لذلك برزت قناعة دافعت عنها المؤسسات الإعلامية تقوم على فكرة أنه لا يمكن أن تُعالج الأسباب الجذرية للإرهاب إلا باحترام حرية التعبير، والتي لا يمكن

تحقيقها إلا بالسماح لوسائل الإعلام القيام بوظيفتها الأساسية المتمثلة في مسؤوليتها عن إعلام الجمهور بشكل كامل. وبالتالي، السماح لها بتغطية الأعمال الإرهابية، وأن الرد على الإرهاب يجب أن يكون متسقا مع سيادة القانون واحترام الحقوق الأساسية ومطالب العدالة الاجتماعية.

غير أن الانحياز المتزايد لوسائل الإعلام في بعض الدول والمناطق لمصلحة الحكومات في حربها على ما تسميه الإرهاب، بدأ يكشف عن توجهات جديدة آخذة في التبلور. فمن خلال رصد سلسلة الأعمال الإرهابية في هذه المناطق يمكن الوقوف على ظهور اتجاهات تؤثر على العلاقة بين وسائل الإعلام، والجماعات الإرهابية، والحكومات. وتشمل:

- الاتجاه نحو عدم الكشف عن هوية الأشخاص مرتكبي الأعمال الإرهابية.
- الزيادة في وتيرة الأعمال الإرهابية العنيفة.
- استهداف الصحفيين والمؤسسات الإعلامية.

الخاتمة

سيكون من الحماقة أن ننكر أن تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، وأقمار الاتصالات وسرعة انتشار التلفزيون كان لها تأثير ملحوظ في زيادة إمكانات الدعاية للإرهاب. كما أنه من الحماقة انكار أن العديد من الجماعات الإرهابية الحديثة وقطاعات معينة من وسائل الإعلام دخلت في علاقة مشتركة لتأمين منفعة متبادلة كبيرة. فالجماعات الإرهابية تريد أن تحظى عملياتها بتغطية على شاشات الفضائيات في وقت الذروة، وذلك ليس للحصول فقط على الدعاية، ولكن أيضا للحصول على هالة الاعتراف والشرعية التي تعد أهم مكسب من تغطية وسائل الإعلام لعملياتها، أما بالنسبة للمؤسسات الإعلامية فتشكل تغطية النشاطات الإرهابية خصوصا العمليات الاستعراضية منها مصدرا لانهائيا للقصص الإخبارية المثيرة والمقنعة بصريا، والقادرة على زيادة عدد المتابعين من الجمهور. كما أنه سيكون من الحماقة كذلك إهمال أن الحكومات بدورها تستفيد من وسائل الإعلام وتوظيفها وفق استراتيجياتها لتحقيق هدف الاستمرار والبقاء في الحكم حتى لو

اقتضى الأمر الاعتماد على وسائل الدعاية والتضليل غير الأخلاقية. لذلك وفي ظل عالم يزداد تعولما بسبب تسارع الثورة المعلوماتية والاتصالية فإن محاولات استبعاد أو تحييد أو إقصاء أو تهديد وسائل الإعلام، أو الحجر عليها أثناء تعاطيها مع الظاهرة الإرهابية هي محاولات محكوم عليها بالفشل مسبقا. والمطلوب هنا هو التوجه نحو مزيد من الاحترافية والمهنية وفقا لمدونة سلوك إعلامي تحدد ضوابط وأخلاقيات العمل الإعلامي، وكذلك التوجه نحو مزيد من ترشيد منطق الربحية أيضا الذي أضحى يهيمن بشكل مبالغ فيه على العمل الإعلامي.

وعموما يمكن أن نستخلص من دراستنا للعلاقة بين وسائل الإعلام والإرهاب مجموعة من الاستنتاجات نجملها في الآتي:

1. يجب النظر للإرهاب كنتيجة للعلاقة غير الصحية بين جماعات من الأفراد، والحكومات، ووسائل الإعلام والرأي العام، حيث أن جميع التفاعلات الناتجة عن هذه العلاقة لا يمكن فهمها إلا كجزء لا يتجزأ من هذه العلاقة.

2. تنظر وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية والحكومات إلى وظيفة وأدوار ومسؤوليات وسائل الإعلام، وهي تغطي الأعمال الإرهابية من خلال وجهات نظر مختلفة وفي كثير من الأحيان تكون متعارضة.

3. تعتبر الهجمات الإرهابية استراتيجية غير مباشرة لتحقيق هدف سياسي من خلال التأثير في الرأي العام. فهي ليست غاية لذاتها وإنما هي أداة لتحقيق هدف سياسي.

4. تحظى كل الأعمال الإرهابية بالتغطية الإخبارية. وهذا لا يعني حتما أن وسائل الإعلام تعمل لصالح هذا النوع من العنف السياسي. غير أنه يجب التأكيد على أن الضربات الإرهابية توفر ما تسعى إليه وسائل الإعلام المعاصرة من دراما، صدمة، مأساة، ظلم، وهي المكونات المثالية للقصص التي تنال اهتمام الناس. ونتيجة لذلك، يحصل الإرهابيون على ما يريدون بالضبط في شكل دعاية ضخمة وفرصة لعرض قدراتهم. وبالمقابل تستفيد وسائل الإعلام من تغطيتها للأعمال الإرهابية وذلك من حيث أن هذه الأعمال الإرهابية تسمح بتنشيط المنافسة على حجم ومتابعة الجمهور، وهو ما يعني استقطاب الإعلانات

الكبيرة وزيادة عائداتها. وبالتالي يمكن القول في هذا الصدد، ان الجانبين يستفيدان من بعضهما البعض.

5. الحرب على الإرهاب هي حرب اعلامية ودعائية بامتياز. تستخدم فيها الحكومات كل وسائل الدعاية والتضليل لسحب الغطاء السياسي عن الجماعات الإرهابية وعزلها عبر شيطنتها وتشويهها.

6. يجب أن يكون الإعلاميون أحرارا في عملهم دون أن يكونوا ملزمين بدعم نهج حكوماتهم "الوطنية" أو "المصلحة الوطنية". ويجب أن تعي الحكومات أن تدابير الحد من حرية الإعلام باسم ضمان الأمن القومي لا سيما التدابير التي تحد من قدرة وسائل الإعلام على جمع المعلومات والاحتفاظ بسرية مصادر المعلومات وإجراء التحريات والتحقيقات المشروعة هي تدابير لا تخدم الحكومات بقدر ما تشوه سمعتها لمصلحة الجماعات الإرهابية.

7. ضبط النفس الطوعي والتنظيم الذاتي من قبل وسائل الإعلام هي أفضل الخيارات المتاحة فيما يتعلق بتفاعل وسائل الإعلام مع الإرهاب، إلا أن وسائل الإعلام بحاجة إلى العمل بجد لوضع تدابير ضبط النفس المناسبة والفعالة. بعيدا عن منطق الربحية وتجنبا للانحياز لأي طرف من أطراف مثلث الاتصال السياسي.

مراجع البحث الثامن

Barnhurst, K. G. (1991). The literature from terrorism. In A.O. Alali & K.K. Eke, Media coverage of terrorism, methods of diffusion. London: Sage, (pp. 112-137)

BIGO Didier et HERMANT Daniel. (1988). ?La relation terroriste : cadre sociologique pour une approche comparative?, revue Etudes Polémologiques, n?3: 13-79.

Bourdieu Pierre. (1982). Ce que parler veut dire, Fayard,.

Camphuijsen, Marjolein and Vissers, Esther. (2012). Terrorism and the Mass Media: A symbiotic relationship? Social Cosmos Vol 3, No 1.

Féron E. (2003/2). La représentation médiatique du phénomène terroriste: Quelques enseignements du cas nord-irlandais, Topique, n? 83: 135-147.

Garcin-Marrou, Isabelle. (1995). " Discours et pratiques journalistiques en démocratie : les relations État-Médias face au terrorisme en France et en Grande-Bretagne ", Thèse d'État, Sciences de l?Information et de la communication, Université Paris III Sorbonnne-Nouvelle.

Glüpker, G. (2008). Media and terrorism. Norderstedt: Germany.

Hoffman, B. (2006). Inside Terrorism (Revised and Expanded Edition), New York: Columbia University Press.

http://www.palgrave-journals.com/jird/journal/v15/n3/pdf/jird20124a.pdf

Koh, H.H. (2002). Preserving American Values: In D.L. Paletz & C.D. Schmid, Terrorism and the media. London: Sage.

Meyssan, Thierry. (2002). L'effroyable imposture. Il septembre 2001, Carnot, Chatou.

Muller, E.R., Spaaij, R.F.J., & Ruitenberg, A.G.W. (2003). Trends in terrorisme. Alphen aan de Rijn: Kluwer.

Nacos, B.L. (2000), "Accomplice or Witness? The Media's Role in Terrorism," Current History, Volume 99, No. 636, April 2000: 174-178.

Nacos, B.L. (2002). Mass-mediated terrorism: The central role of media in terrorism and counterterrorism. Oxford: Rowman & Littlefield.

Nacos, B.L. (2006), "Terrorism and Media in the Age of Global Communication," In: Hamilton, D.S., (Ed.), Terrorism and International Relations, Washington, DC: Center for Transatlantic Relations: 81-102.

Paletz, D.L. & Schmid, A.P., (1992). Terrorism and the Media. London: Sage.

Paletz, D.L., & Vinson, C.D. (1992). Introduction. In D.L. Paletz & C.D. Schmid, Terrorism and the media. London: Sage: 1-5.

Ross, Jeffrey Ian. (2007). Deconstructing the terrorism'news media relationship, Crime Media Culture, Sage .

Schmid, A.P., & De Graaf, J. (1982). Violence as communication: Insurgent terrorism and the Western news media. London: Sage.

Schmid, Alex. (2005). Terrorism as Psychological Warfare, Democracy and Security, Vol. 01, No.02, September: 137?146.

Shaw, Ronald & McCombs, Maxwell. (1977). The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press, (St. Paul.:West Publisher Co).

Soriano, Manuel R. Torres. (2008). Terrorism and the Mass Media after Al Qaeda: A Change of Course? Athena Intelligence Journal, Vol. 3, No 1: 1-20. www.athenaintelligence.org

Spencer, Alexander. (2012). “The Social Construction of Terrorism: Media, Metaphor and Policy Implications”, Journal of International Relations and Development, Vol. 15, No. 3: 393-419.

Surette, Ray, Hansen, Kelly & Noble, Greg. (2009). Measuring media oriented terrorism, Journal of Criminal Justice 37: 360?370.

Tavernier, Aurélie. (2001). " Isabelle Garcin-Marrou: Terrorisme, Médias et Démocratie ", Études de communication [En ligne], 24 |, mis en ligne le 10 octobre 2009, consulté le 13 janvier 2014. URL: http://edc.revues.org/977.

Walsh, James Igoe. (2010). Media Attention to Terrorist Attacks: Causes and Consequences, Institute for homeland security Solutions.

Wieviorka, Michel & Wolton, Dominique. (1987). Terrorisme à la Une. Media, terrorisme et démocratie, Paris, Gallimard.

Wieviorka, Michel. (1988). The Making of Terrorism (Chicago: University of Chicago Press.

Wilkinson, P. (2006), Terrorism versus Democracy, The Liberal State Response, (Second Edition), New York: Routledge.

Wilkinson, Paul. (1997): The Media and Terrorism: A Reassessment, Terrorism and Political Violence, Vol.9, No.2 (Summer). Frank Cass, London: 51-64.

William E. Biernatzki, SJ: Terrorism and Mass Media, Communication Research Trends, Volume 21 (2002) Number 1.

9

البحث التاسع

الإعلام وإدارة الأزمات

الإعلام الأمريكي أنموذجا

د. العربي بوعمامة
رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال
جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم

أ. شهرزاد لمجد
قسم علوم الإعلام والاتصال
جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم

ملخص:

تعتبر وسائل الإعلام من أهم المصادر الرئيسية التي تزود الرأي العام بالمعلومات والآراء المرتبطة بالأزمة وظروفها، وملابساتها، مما يضعها في موقع القادر على تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الأزمة وأهدافها. وعلى هذا النحو، فإن دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، يتحدد من خلال ما تبثه أو تنشره هذه الوسائط من مضامين تخضع لمعايير يتوافق فيها الخط السياسي التحريري مع خطط فريق الأزمة وأهدافه، أو يختلف. ومن هذا المنطلق، تبلورت مشكلة البحث حول طريقة استغلال البعد الإعلامي كمحدد مؤثر في إدارة الأزمة، وكأحد مكونات إستراتيجية مواجهتها.

ولغرض هذه الدراسة تم اختيار إحدى وسائل الإعلام الأمريكية International - Herald Tribune خلال فترة عرفت بالتوتر الشديد، وبظهور قوانين وترتيبات تنظيمية ضابطة للعمل الإعلامي الأمريكي في ظل ظروف نظام عالمي جديد تتصدره الولايات المتحدة الأمريكية بكامل منظومتها السياسية، والاقتصادية، وحتى الإعلامية، وهي فترة الحرب الأمريكية على العراق المعروفة بحرب الخليج الثالثة عام 2003. من أهم نتائج الدراسة ما يلي: طغى صوت الأزمة على ما سواه من الأصوات من خلال احتلال أخبار الحرب والتحركات السياسية المرتبطة بها موقع الصدارة في أولويات واهتمام المعالجة الإعلامية ليومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" حيث تناولت كل المانشتات والافتتاحيات الصادرة خلال فترة الدراسة موضوع الحدث؛ شخصنة الحرب من خلال ربطها بأشخاص معينين حيث غلبت على المحتوى الأخبار ذات الاتجاه المعارض للسلطة العراقية ورموزها يتقدمها على وجه الخصوص الرئيس صدام حسين. وإذا، فقد جرى تقديم الحرب على أنها ضد الرئيس صدام حسين كشخص وضد بعض مقربيه وليست ضد الشعب العراقي؛ نزع الصفة الإنسانية عن العدو وتصويره كنموذج للشر المطلق ونمذجته من خلال "وحشية" صدام حسين، و"بربرية" أبنائه، و"ستالينية" نظامه، ولجوء قواته إلى استهداف وقتل المدنيين، واستخدام الخدع كالتخفي في ثياب المدنيين، واعتماد التكتيكات والأساليب الإرهابية كالتفجيرات الانتحارية؛ و تأكيد القدرة على تحقيق المواجهة السريعة والسيطرة على الأحداث من خلال قوة الحشد، وتواصل الإمدادات، وتفوق قوات التحالف على مسارح العمليات والتقدم السريع باتجاه أهدافها أي تقديم قوات التحالف في صورة تنم عن تماسك وعزم وسيطرة وإثارة الإعجاب بأدائها.

البحث التاسع

الإعلام وإدارة الأزمات
الإعلام الأمريكي أنموذجا

مقدمة

لم يعد بإمكان المجتمعات الحديثة، حتى تلك المحسوبة على الدول الأكثر استقرارا، أن تبقى بمنأى عن الأزمات في ظل تعقد أنماط العيش وأشكال الحياة المعاصرة، وتداخل المصالح، وتضارب القوى.

لقد أصبحت الأوضاع العالمية الراهنة، بكل تعقيداتها، مشحونة على الدوام، ورهينة تحولات جارية بإيقاع سريع ومتلاحق في تداع رهيب للأحداث والتهديدات، مما وضع الفكر الإنساني أمام واقع البحث عن شروط للتكيف مع المستجدات، وعن آليات لمواجهة التحديات المفروضة، واحتواء الأزمات المحتملة، بل وأبعد من ذلك استثمارها لخدمة مصالح معينة، وبلوغ أهداف مبرمجة كإنجاز تستطيع أساليب ومعارف مستحدثة تحقيقه بكفاءة واقتدار.

فرضت هذه الحاجة الإنسانية الملحة، وجود وانتشار إدارة الأزمات للرد على المخاطر والتهديدات الناجمة عن هذه الأزمات والسيطرة عليها، والاستفادة منها كتجربة يمكن توظيف نتائجها في الأزمات المستقبلية.

ورغم أن إدارة الأزمات ولدت في حضن علم الإدارة، إلاّ أنها استطاعت أن تمد جسورها مع مختلف العلوم الإنسانية لما حظيت به من اهتمام، على نطاق واسع، من كافة فروع المعرفة واختصاصاتها.

ونظرا لوجود الإعلام على تماس مباشر مع الممارسات اليومية للأفراد، مما أكسبه موقعا مؤثرا في مسار الأزمة، فقد فرضت ضرورة توظيفه في عملية إدارة الأزمة نفسها كمكوّن أساسي يصل إلى حد استثماره كإحدى الإستراتيجيات المثمرة ضمن الإستراتيجية الكلية لإدارة الأزمات، ويجعل من الصعب بمكان تصور إدارة ناجحة للأزمة دون الأخذ في الاعتبار هذا العامل. وانطلاقا من أهميته تلك، لم يعد إعلام الأزمات تلقائيا أو اعتباطيا يبدأ بتغطية الحدث وينتهي عنده، بل أصبح عملية منظّمة ومدروسة تخضع للتخطيط في إطار متكامل ومنسجم لتحقيق أهداف مسطّرة. ويعد أكثر مثال صارخ على هذا الدور، تدخل شبكة الأخبار الأمريكية (سي.أن.أن) كفاعل في إدارة حرب الخليج الثانية عام 1991.

وقد شكلت أزمة الخليج الثالثة عام 2003، خاصة خلال مرحلة الحرب التي امتدت ما بين 20 مارس و09 أفريل 2003، حدثا استقطب الرأي العام العالمي، ووضع مختلف وسائل الإعلام على المحك في ملاحقتها للأخبار ومعالجتها لتطورات الأزمة.

ومع وجود تفاوت في طبيعة المعالجة من وسيلة إعلامية إلى أخرى تبعا لعوامل عديدة (إيديولوجية، وسياسية، واقتصادية..إلخ).

فإن دور وسائل الإعلام الأمريكية تحديدا، في إدارة هذه الأزمة، يصبح بالفعل مثيرا للاهتمام، إذا ما علمنا، أنها من أكثر وسائل الإعلام قوة وانتشارا في العالم لتربعها على مساحة حضور كبير في الساحة الدولية، ولامتلاكها تقاليد راسخة في تغطية الأحداث والأزمات، خاصة تلك، التي تكون الولايات المتحدة الأمريكية طرفا مباشرا أو غير مباشر فيها، ولما تتوفر عليه من إمكانيات مادية وتكنولوجية عالية.

وإذا ما علمنا، أيضا، أن الصورة المنمّطة للعرب في وسائل الإعلام الأمريكية ارتبطت في الغالب "بالعنف والإرهاب"(في مي العبد الله & محمد الخولي، 2002: ص73)، وأن دور هذه الوسائل لا يتحدد في استهداف الرأي العام الداخلي فحسب بل يتعداه إلى الرأي العام العالمي.

بما في ذلك العربي، من خلال المحطات التلفزيونية الفضائية متعددة اللغات وبرامجها المتخصصة، والطبعات الدولية لكبريات الصحف والمجلات، وشبكة الانترنيت وغيرها من الوسائل ذات التكنولوجية المتقدمة.

ومن هذا المنطلق توجه اهتمامنا إلى دراسة وسائل الإعلام الأمريكية للوقوف على طبيعة إدارتها للأزمة. ووقع الاختيار على اليومية الأمريكية الدولية " INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE" للبحث في كيفية إدارة هذه الصحيفة لأزمة الخليج الثالثة من خلال ما بثته من مضامين أثناء الحرب من بدايتها في 21 مارس 2003 إلى 10 أفريل 2003، تاريخ اليوم الثاني لاحتلال بغداد.

(I) مشكلة الدراسة

أكدت وسائل الإعلام أهميتها كعنصر مؤثر وفاعل في إدارة الأزمات خاصة في الدول الديمقراطية حيث يلعب الرأي العام دورا مهما في إضفاء الشرعية على مواقف السلطات وقراراتها فهو عامل حسم يتحسب له صانع القرار، ويستغل لكسب تأييده كل الوسائل الممكنة والمتاحة، ويضع له كل الترتيبات المساعدة على ذلك.

وبما أن الأزمة هي عبارة عن ظرف استثنائي معقد، ومتشابك، ومحاط في كثير من الأحيان بالغموض والتوتر، فهي محل جذب لاهتمام المتلقي بشكل يستحث عواطفه، وأفكاره، ويزيد من فضوله لتقصي أكبر قدر من المعلومات بخصوصها، وهنا تبرز أهمية وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لتزويد الرأي العام بالمعلومات والأخبار المرتبطة بالأزمة وظروفها، وملابساتها، وكذا دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الأزمة وأهدافها.

يبرز دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات إذا، من خلال ما تبثه أو تنشره هذه الوسائط من مضامين تخضع لمعايير يتوافق فيها الخط السياسي التحريري مع خطط فريق الأزمة وأهدافه، أو يختلف. ومن هذا المنطلق، تبلورت مشكلة البحث حول طريقة استغلال البعد الإعلامي كمحدد مؤثر في إدارة الأزمة، وكأحد مكونات إستراتيجية مواجهتها.

ولأن "دراسة وسائل الاتصال في الولايات المتحدة، تمثل موضوعا بالغ الأهمية بالنسبة للمجتمع العالمي، ولا يتمثل السبب في ذلك الاهتمام، في مجرد الفضول الشديد لمعرفة أحوال هذا البلد، بل يتمثل في القضايا الحيوية التي يثيرها هذا النظام فيما يتعلق بالسيادة الوطنية للشعوب الأخرى بل واستمرار بقائها أيضا"

(هربرت شيلر، 1986: 11) خاصة أثناء الأزمات التي تكون الولايات المتحدة الأمريكية طرفا فيها، فقد فرض الاختيار نفسه بضرورة تقديم نموذج لطريقة إدارة الأزمة من خلال إحدى وسائل الإعلام الأمريكية خلال فترة عرفت بالتوتر الشديد، وبظهور قوانين وترتيبات تنظيمية ضابطة للعمل الإعلامي الأمريكي في ظل ظروف نظام عالمي جديد تتصدره الولايات المتحدة الأمريكية بكامل منظومتها السياسية، والاقتصادية، وحتى الإعلامية.

ويقودنا هذا، إلى طرح السؤال الجوهري التالي:

كيف أدارت اليومية الأمريكية الدولية "INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE" أزمة الخليج الثالثة خلال فترة الحرب منذ اندلاعها إلى اليوم الثاني لسقوط بغداد "من 21 مارس إلى 10 أفريل 2003"؟

(II) تساؤلات الدراسة

- ما هي الأسس النظرية والمنهجية لعلم إدارة الأزمات؟
- ما مدى اهتمام الصحيفة بالحدث؟
- ما هي القيمة التكرارية الأكثر حضورا في عرض الصحيفة لأهداف الحرب على العراق؟
- ما هي المواقف والاتجاهات السائدة في محتوى الصحيفة المتعلق بالحدث؟
- ما نوعية المصادر التي اعتمدت عليها الصحيفة في إدارتها للحدث؟
- كيف قدمت الصحيفة رموز النظام العراقي وأسباب استهدافها؟
- ما هي السمات والاستمالات الوصفية لأداء كل من قوات التحالف والقوات العراقية في محتوى الصحيفة؟
- ما مدى اهتمام الصحيفة بموضوعي الخسائر المادية والبشرية للحرب؟
- ما هي رؤية الصحيفة لمستقبل العراق بعد الحرب؟
- ما مدى ربط الصحيفة بين النظام العراقي والإرهاب؟
- ما موقف الصحيفة من امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل؟
- كيف قيّمت الصحيفة خطط الحرب والأسلحة المستخدمة فيها؟
- هل فرقت الصحيفة في إدارتها للحدث بين الشعب والنظام العراقيين؟

(III) أهداف الدراسة وأهميتها

أ- أهداف الدراسة:

1- الوصول إلى بيانات تساعد في تعميق فهمنا إدارة الأزمات ومكانة الإعلام فيها.

2- تقديم إطار تحليلي لتقويم الأسس وتحديد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الأمريكية في إدارة الأزمات.

3 - تحديد السمات، والمواقف، والاتجاهات الغالبة في محتوى الصحيفة خلال فترة الدراسة.

4 - تحديد الطرق والأساليب المعتمدة في إدارة الأزمات إعلاميا.

5 - الكشف عن التأثير المحتمل للترتيبات التي فرضتها السلطات العسكرية الأمريكية على وسائل الإعلام أثناء الأزمة، في نوعية الرسالة، واتجاهها، وهامش الحرية فيها.

ب- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في طبيعة الموضوع نفسه الذي تعالجه، وفي زاوية المعالجة، فإدارة الأزمات هي تخصص حديث، ولا تزال الدراسات المرتبطة به قليلة نسبيا مقارنة بعلوم أخرى، مما يجعل بعض جوانبه ضحية للغموض، ويترك الباحث قاصرا عن تكوين رؤية شاملة ومحيطة بتفاصيل المجال. ولهذا، فإن أي توجه للبحث في تخصص حديث التكوين من شأنه أن يساهم في الإضاءة على ما بقي غامضا منه، وإضافة مسلك لتعميق الفهم بحيثياته، وأسسه، ومناهجه.

كما أن زاوية المعالجة المرتبطة أساسا بدور الإعلام في إدارة الأزمات، تتيح فرصة استكشاف هذا الجانب، والمساهمة في إثراء البحوث الحديثة المتعلقة بتخصصنا كباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال خاصة وأن الدراسة تتناول، عبر واحدة من كبريات الصحف الأمريكية الدولية التي تصدرها إحدى أهم وأعرق المؤسسات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية هي ذي نيويورك تايمز، الإعلام الأمريكي الذي يتميز بحيوية كبيرة وثقل خاص في خارطة الإعلام العالمي. ومن

ثمة، فإن نتائج البحث ستساعد بقدر ما، في فهم طبيعة النظام الإعلامي الأمريكي، ودوره في إدارة الأزمات، وتحديدا إدارة أزمة الخليج الثالثة عام 2003.

ويمكن حصر أهمية هذه الدراسة في عدد من النقاط على النحو التالي:

1- حداثة الموضوع، وأصالة الدراسة لكونها من بين الدراسات القليلة التي تتناول دور الإعلام الأمريكي في إدارة الأزمات، وترصد أسس ومعالم هذه الإدارة.

2- جدّة الحدث واستمراره حيث أن أزمة الخليج الثالثة لم تنته بسقوط النظام العراقي عام 2003، بل إن الحدث لا زال يفرض نفسه على الساحة الدولية، ويلقي بظله على واجهات وسائل الإعلام العالمية.

3- فترة الدراسة التي تتضمن مرحلة الحرب على العراق، وتتميز باشتداد أوج الأزمة، ووضوح توجه الخطاب الإعلامي.

4- أهمية الإعلام الأمريكي لما يفرضه من أجندات على المستوى العالمي، ولأهمية الصورة التي يرسمها عن القضايا العربية والعالمية.

وقد تولدت الأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار موضوع الدراسة، انطلاقا من وعينا بهذه الأهمية الموضحة أعلاه

IV- نوع الدراسة: تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية.

V- مناهج الدراسة وأدواتها:

1 - منهج الدراسة:

تستند عملية اختيار المنهج الأكثر تماشيا مع نوع الدراسة إلى طبيعة الموضوع المعالج، ونوعية النتائج المراد الوصول إليها. ومن هنا اقتضت الضرورة الاعتماد على منهجين متلازمين هما المنهج المسحي، والمنهج التاريخي الذي وُظّف لاستقراء أهم المراحل التاريخية للإعلام الأمريكي، وطرق تعامله مع بعض الأزمات الدولية كمنعطفات تاريخية مهمة.

2 - أسلوب تحليل المضمون:

اعتمدنا على أسلوب تحليل المضمون للإجابة على التساؤلات المطروحة بشكل يفي بأغراض الدراسة، وهو من الأساليب المستعملة بكثرة في دراسة الظواهر الإعلامية.

أ- التحليل الكمي والتحليل الكيفي للمضمون

وانطلاقا من حرصنا على الذهاب أبعد من مستوى التحليل الظاهر للنص، وأبعد من الاكتفاء بالقراءة الرقمية للمحتوى، إلى البحث في العلاقات الارتباطية داخل الرسالة والكشف عن التأثيرات المتبادلة بين مختلف المتغيرات، واستخلاص النتائج المرتبطة بالموضوعات الأكثر ظهورا، واتجاه القائم بالاتصال نحوها، ونوعية المصادر وتأثيرها على المحتوى، فضلنا العمل وفق منطق الجمع بين التحليلين الكمي والكيفي للإجابة على إشكالية البحث مثلما يظهر ذلك في الإطار التطبيقي للدراسة.

ب-الاستخدامات المنهجية لتحليل المضمون

- التحليل الوصفي للمحتوى: يكتفي هذا المستوى من التحليل بوصف المحتوى الظاهر من خلال الكشف عن مراكز الاهتمام، وتدفق المعلومات ومصادرها، ودراسة فنون الإقناع في المحتوى، وتحديد اتجاهات استمالات الأفراد، وتأكيد المعاني والقيم المختلفة، وكل ما له علاقة ببناء المحتوى وتكوينه(اسماعيل عبد الفتاح & محمود مصور هيبة، 2008/ 2009: 203)، دون البحث في المتغيرات الأخرى والعلاقة بين المحتوى وعناصر العملية الاتصالية.

- التحليل الاستدلالي للمحتوى: خدمة لأهداف الدراسة، تم الجمع بين الاتجاهين، الوصفي والاستدلالي، للوصول إلى استنتاجات مؤسسة بخصوص عناصر العملية الإعلامية، وعلاقتها بإدارة الأزمة.

VI- مجتمع البحث:

لأن التركيز كان موجها لدراسة هذه الفترة بالذات لأهميتها في إبراز مستوى وطرق الإدارة الإعلامية للأزمة باعتبارها مرحلة ذروة التوتر والتداعي الشديد للأحداث، فقد توجه اهتمامنا إلى وسائل الإعلام الأمريكية المكتوبة، وكان الخيار الوحيد المتاح أمامنا هو صحيفة "INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE" لتوفرها في السوق الجزائرية. وهي واحدة من الصحف الأمريكية العريقة، وتعود ملكيتها لإحدى كبريات المؤسسات الإعلامية الأمريكية "THE NEW YORK TIMES". والـ INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE هي طبعة دولية، تصدر في فرنسا، وتوزع في العديد من الدول، وهذا يشير إلى نوعية الجمهور المستهدف، ويوفر نموذجا ملائما لنوعية الدراسة.

1- العينة وإطارها الزمني

قمنا على هذا الأساس، بمعاينة أولية لمحتوى الصحيفة محل الدراسة قبل إعلان الحرب على العراق في 21 مارس 2003، وأثناء الحرب وبعد سقوط بغداد. وأفضت القراءة المتأنية والمتعمقة لمحتوى الصحيفة إلى اختيار 17 عددا من ضمن الأعداد الصادرة خلال الفترة الممتدة ما بين تاريخ إعلان الحرب في 21 مارس 2003، وتاريخ اليوم الثاني لسقوط العاصمة العراقية بغداد في أيدي قوات التحالف في 10 أفريل 2003.

وقمنا، في خطوة ثانية، بعملية مسح شاملة للأعداد المختارة فوجدنا أن المواضيع التي تتناول الحدث العراقي تتجاوز الـ400 نص، وهي مادة كثيفة جدا يصعب تحليلها دفعة واحدة، كما أن اتساع العينة لا يخدم البحث ونتائجه بل بالعكس قد يؤدي إلى نتائج مغلوطة. ولهذا كان علينا حصر العينة قدر المستطاع فعمدنا إلى اختيار الموضوع الرئيسي، والافتتاحية في كل عدد كمادة للتحليل، وذلك لأهمية الموضوع الرئيسي الذي يتصدر الصفحة الأولى، وأهمية الافتتاحية في التعبير عن خط الصحيفة، وعن أجندة أولوياتها.

وخلاصة القول، إن أهداف الدراسة ونوعيتها، وطبيعة المادة المحللة المرتبطة بحدث كبير استحوذ على اهتمام واسع من التغطية الإعلامية، واستأثر بحظوة كبيرة من المتابعة، فرضت علينا اعتماد العينة القصدية.

- وحدة العينة: وحدة العينة إذا، هي الصحيفة اليومية الدولية الأمريكية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون".

- الإطار الزماني للعينة: ينحسر ضمن حدود الموضوعين الرئيسي، والافتتاحية المرتبطين بحدث الأزمة العراقية خلال الفترة الممتدة بين إعلان الحرب في 21 مارس 2003، واليوم الثاني لسقوط بغداد في 10 أفريل 2003.

ويعود اختيار فترة الدراسة إلى الأسباب التالية:

- تمثل ذروة الأحداث.
- تستقطب الاهتمام الإعلامي بشكل كبير وواسع.
- يشتد خلالها نشاط إدارة الأزمة.

جدول رقم (1)	عينة الدراسة	
المصدر		إنترناشيونال هيرالد تريبيون
رقم العدد		تاريخ الصدور
1-37335		21 مارس 2003
2-37337		24 مارس 2003
3-37338		25 مارس 2003
4-37339		26 مارس 2003
5-37340		27 مارس 2003
6-37341		28 مارس 2003
7-37342		29-30 مارس 2003
8-37343		31 مارس 2003
9-37344		01 أفريل 2003
10-37345		02 أفريل 2003
11-37346		03 أفريل 2003
12-37347		04 أفريل 2003
13-37348		05-06 أفريل 2003
14-37349		07 أفريل 2003
15-37350		08 أفريل 2003
16-37351		09 أفريل 2003
17-37352		10 أفريل 2003

2- إعداد فئات التحليل

اعتمدنا في اختيار فئات تحليل الدراسة على الفئات التي تجيب على السؤال "ماذا قيل؟" رغبة في تحديد مراكز الاهتمام داخل المحتوى، والكشف عن

مستويات الإدارة الإعلامية للأزمة. وتضم الفئات المحددة: فئات الموضوع، والاتجاه، والمصادر.

تعود الأسباب الرئيسية لاختيار فئات الموضوع، والاتجاه، والمصادر تحديدا، إلى طبيعة الدراسة المرتبطة أساسا بدور الإعلام في إدارة الأزمات. وتظهر معالم هذا الدور في مضامين المادة الإعلامية، واتجاه القائم بالاتصال نحو هذه المضامين، ونوعية المصادر المعتمدة في استقاء المعلومات المتعلقة بالحدث. مع العلم أن فئات "ماذا قيل؟" تشمل من ضمن ما تشمل "موضوع الاتصال، واتجاهه المؤيد أو المعارض أو المحايد ومعاييره.. وكذلك الفاعل وهو فئات السلطة أي المصدر الذي تنسب إليه المادة، ثم المكان الذي تصدر عنه المادة ثم الهدف، وهو الأفراد والجماعات الذين توجه إليهم المادة"(علي عجوة، 2003: 147).

3 - وحدة التحليل

تعتبر وحدتا الموضوع والفكرة من أهم وحدات التحليل وأكثرها استخداما في تحليل محتوى المواد الإعلامية. ومن هذا المنطلق، تم اعتماد الفكرة، كوحدة للعد والتسجيل، وكأساس لقياس التكرارات، بغرض الوصول إلى معاني ذات دلالات وترابط كما أن وحدة الفكرة تساعد في تحديد الفئات المناسبة للكشف عن أهداف المحتوى.

4 - صدق وثبات التحليل

أ-صدق التحليل:

التزاما بالخطوات المنهجية لتحليل المضمون، قمنا بتصميم استمارة مع دليلها استنادا إلى تحليل أولي على العينة، ثم وزعنا الاستمارة على عدد من المختصين بغرض التحقق من صدقيتها أو التصويب والإثراء.

تم ضبط الفئات وعناصرها بناء على الملاحظات المقدمة، لتأخذ شكلها النهائي على النحو التالي:

فئة الموضوع

- موضوع رموز النظام المستهدفة

عناصره: شخصيات/ قوات عسكرية نظامية وغير نظامية/ مدن/ مباني ومؤسسات رسمية

- موضوع أداء قوات التحالف

عناصره: تقدم وتحقيق سيطرة/ عمليات أسر/ عمليات بطولية/ وصول إمدادات/ صعوبات/ فشل

- موضوع أداء القوات العراقية

عناصره: استعمال الحيل/ مقاومة واستعداد للمواجهة/ استسلام/ إطلاق النار على المدنيين/ تحقيق نصر/ فرار

- موضوع خطر أسلحة الدمار الشامل

عناصره: امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل/ استعمال أسلحة الدمار الشامل من الجانب العراقي/ غياب أدلة على وجود أسلحة دمار شامل بالعراق/ استعمال أسلحة الدمار الشامل من قبل قوات التحالف

- موضوع المدنيون

عناصره: مظاهر التأييد/ توفير المساعدات الإنسانية/ مظاهر النهب/ صعوبات في إيصال المساعدات الإنسانية/ فرار المدنيين

- موضوع الإرهاب

عناصره: تفجيرات انتحارية/ تهريب أسلحة الدمار الشامل لتنظيمات إرهابية/ المقاتلون العرب/ الجماعات الإسلامية

- موضوع أهداف الحرب

عناصره: التحرير/ نزع أسلحة الدمار الشامل/ تغيير النظام العراقي/ الديمقراطية/ النفط

- موضوع مستقبل العراق

عناصره: دور الأمم المتحدة/ حكومة عراقية جديدة/ إعادة الإعمار/ جرائم ضد الإنسانية/ دور الولايات المتحدة الأمريكية/ تنظيم انتخابات حرة

- موضوع الخسائر البشرية

عناصره: الخسائر العراقية/ الخسائر الأمريكية/ الخسائر البريطانية/ الامتناع عن التصريح بعدد الضحايا/ أخرى

- موضوع الخسائر المادية

عناصره: الخسائر العراقية/ الخسائر الأمريكية/ الخسائر البريطانية

- موضوع انتفاضة شعبية

عناصره: وقوع انتفاضة/ نفي وقوع انتفاضة/ التحريض على الانتفاض

- موضوع فعالية الأسلحة الأمريكية

عناصره: دقة/ عجز/ عدم وضوح

- موضوع فعالية خطط الحرب

عناصره: تثمين خطط الحرب/ انتقاد خطط الحرب

- موضوع احترام القانون والاتفاقيات الدولية

عناصره: خرق القانون والاتفاقيات الدولية من الجانب العراقي/ خرق القانون والاتفاقيات الدولية من قبل قوات التحالف/ احترام القانون والاتفاقيات الدولية من قبل قوات التحالف

- موضوع المناطق النفطية

عناصره: تأمين حقول النفط/ إشعال حقول النفط

- موضوع انعكاس الحرب على الصراع العربي الإسرائيلي

عناصره: التعهد بإيجاد حل للصراع العربي الإسرائيلي/ حماية إسرائيل/ نصرة فلسطين

- موضوع دور الأكراد

عناصره: تأمين المنطقة الشمالية للعراق

- موضوع فعالية الأسلحة العراقية

عناصره: دقة/ عجز

فئة الاتجاه

- الاتجاه المؤيد - الاتجاه المعارض - الاتجاه المحايد

فئة المصدر

- مصادر داخلية

عناصرها: القائم بالاتصال/ مراسل غير مدمج/ مراسل مدمج

- مصادر الخارجية

عناصرها: مصادر رسمية أمريكية/ مصادر رسمية بريطانية/ مصادر رسمية عراقية/ أخرى

- مصادر مجهولة

عناصرها: مصدر غير مذكور

ب- ثبات التحليل:

للتحقق من ثبات التحليل، تم الاحتكام إلى عدد من المحكمين ثم قياس درجة التجانس بالاعتماد على معادلة هولستي:

وبالنتيجة وجدنا معامل الثبات=0.85 وهذه النسبة تقع ضمن نطاق درجة الثبات السليمة التي يحددها برلسون ما بين 0.78 و0.99.

5- طرق تفريغ البيانات وجدولتها

تم اعتماد الخطوات أدناه في عرض البيانات الإحصائية وتفسيرها:

1 - المراجعة المكتبية لمجموع استمارات تحليل المضمون للتأكد من أن جميع أعداد العينة قد تم تحليلها بشكل موحد.

2 - وضع جداول تشمل فئات وعناصر المواضيع، وجداول ثانية تشمل اتجاه المواضيع وعناصرها، وجداول ثالثة تشمل المصادر وعناصرها. كل هذا وفق ترتيب أفقي وعمودي يتضمن الوحدات التكرارية العامة والجزئية.

3 - حساب التكرار واستخراج النسب المئوية أي عرض النتائج الكمية بحساب مجموع التكرار، والنسبة المئوية لكل فئة رئيسية وجزئية.

المبحث الأول

مدخل تمهيدي حول الإعلام والأزمات العسكرية

أولا- تطور الإستراتيجية

I- من الإستراتيجية الكلاسيكية إلى إدارة الأزمات

أدرك مفهوم الإستراتيجية، تحوله المفصلي مع بداية القرن الثامن عشر للميلاد عندما فتحت الجامعات الأوروبية أبوابها لتدريس النظرية الإستراتيجية.

ظهر CLAUSEWITZ لاحقا، بمحاولة للتنظير انطلاقا من التجربة النابليونية لتصبح الإستراتيجية خلال القرن التاسع عشر أكثر عقلانية، وتطوّر التكتيك بفضل التقنية. وبوصول القرن العشرين، بدأ البعض يطمح إلى جعل الإستراتيجية العسكرية علما قائما بذاته على غرار العلوم الإنسانية الحديثة.

وفي واقع الأمر، كانت الحرب، على الأقل في أذهان الإستراتيجيين الأوروبيين والأمريكيين، تتجه أكثر فأكثر لتصبح قضية صناعية. أي أن "تفوق النار" أصبح العامل الأساسي، وأن "دونية" التسلح يمكن أن تكلف آلاف الأرواح الإنسانية في كل معركة خاسرة.

وفي ذلك الوقت، لم تكن فكرة استهداف ذهن أو إرادة الخصم تدخل في إطار رؤية شاملة ومتطورة، بل كان الاعتماد لا يزال مقتصرا على نظرية SUN ZI الكلاسيكية، أي حتمية المرور عبر "المعركة الحاسمة"، وذلك بالبحث عن سبل هدم إرادة الدفاع عند سلطة العدو عن طريق تدمير قواتها.

لكن الحرب العالمية الأولى أظهرت صعوبة حصول مثل هذا الخرق عندما كانت القوات الفرنسية في مواجهة نظيرتها الألمانية، وكان الجهد يبذل على الجانبين لإحداث ثغرة في خطوط دفاع الخصم، وشكّل تحقيق ذلك هاجسا حقيقيا. وأمام هذا العجز، لجأ كل طرف لتطوير سلاحه لكن الدفاعات بقيت متماسكة مدة طويلة، ولم يسجل أي حسم.

وفي هذه الأثناء، كان خرقا من نوع آخر يولد ليعيد تشكيل واقع العمل الحربي بحيث يتكامل فيه عدد من الفنون. هذا الخرق، صنعته حمّى دعاية تفجرت في المعسكرين من بداية الحرب عام 1914، وتم التحقق من أن هذه الدعاية المتنكرة في ثوب معلومة مزيفة يمكنها التوصل إلى نتائج باهرة على جميع المستويات.

كانت الحرب النفسية بأنماطها إذا، بصدد تسريب تقنيتها في حرب الحشود. وهو تجديد سمح بتجاوز ما كان سائدا في الفترات السابقة أي الاعتماد على الحيل الفردية، ونقل القناعات عن طريق القوة في الحرب الأيديولوجية (Gérard Challand (ed), 1992: 36-38).

وكانت الحرب العالمية الثانية بالمقابل، فرصة للديمقراطيات الأنجلوساكسونية لتوحيد أساليب النضال النفسي مع العمليات العسكرية الكبرى.

وفي نهاية هذا النزاع فتحت القنابل الذرية لهيروشيما ونغازاكي فصلا جديدا في الفن العسكري رغم أنه كان يجب الانتظار سنوات قبل أن تعتمد شروط استعماله الحقيقية. فقد أفضى الوعي بخطر الأسلحة النووية وقدرتها المهولة على إيقاع الضحايا وإحداث الدمار الشامل، إلى تدشين مرحلة جديدة في التاريخ التطوري للإستراتيجية عرفت بمرحلة الإستراتيجية النووية أو إستراتيجية الردع.

ويمكن الحديث عن البداية الحقيقية لهذه المرحلة انطلاقا مما عرف تاريخيا بأزمة انتشار الصواريخ الكوبية "وهي أول أزمة يواجهها الرئيس الأمريكي جون كينيدي بعد أسابيع قليلة من دخوله البيت الأبيض عام 1961. وقد أديرت الأزمة على أساس قبول الحلول الوسطى وتفادي العالم مواجهة نووية بين قوتين نوويتين هما الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي. وإثر ذلك صرّح وزير الدفاع في ذلك الوقت روبرت ماكنماورا: "ولقد انتهى عصر الإستراتيجية وبدأ عصر فن إدارة الأزمات" "(نقلا عن أمين هويدي، أفريل 1993: 177).

II- تحول العقيدة العسكرية الأمريكية بوصول المحافظين الجدد

تقوم العقيدة العسكرية الأمريكية الجديدة على متغيرين أساسيين أولهما الثورة في التكنولوجيا العسكرية والسعي إلى توظيف الثورة التكنومعلوماتية لخدمة أهداف الإستراتيجية العسكرية. والمتغير الثاني هو إدخال إستراتيجيتي الضربة الوقائية والضربة الاستباقية في الإستراتيجية العسكرية لتحقيق أهدافها (سوسن عساف، 2008: 196).

اعترف مساعدو الرئيس الأمريكي في الفترة التي أعقبت هجمات 11 سبتمبر 2001، بأنهم بصدد إعداد إستراتيجية أمنية جديدة تحل محل الإستراتيجية التي حكمت السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية لخمسة وخمسين عاما مضت. وبالفعل، وجدت هذه الإستراتيجية طريقها إلى التطبيق في حرب الخليج الثالثة عام 2003، ويتمحور مبدؤها حول ما يسمى بـ"الضربات الوقائية" أو "الضربات الاستباقية" كبديل لسياسة الردع التي لم تعد قادرة وفق المنظور الأمريكي على تحقيق أهداف الأمن القومي الأمريكي.

"مبدأ الضربات الوقائية -إذا- يلغي نهائيا أسلوب حل الأزمات بهذه الوسائل غير العسكرية" (حسام سويلم، أكتوبر 2002: 293).

وبموجب هذا المبدأ، لم يعد الوصول بالأزمة إلى الحرب يعني الانهيار العملي لإدارة الأزمة وفشلها بل أصبحت العمليات العسكرية نفسها وسيلة من وسائل إدارة الأزمات، فقد أصبح مفهوم إدارة الأزمة يعني تعبئة كل الموارد بما في ذلك العسكرية والإعلامية والسياسية والاقتصادية.

ثانيا- الإعلام والحرب

تعود الأحداث العالمية الكبرى لتؤكد، في كل مرة، أهمية الإعلام ودوره في صناعتها، ولتثبت حقيقة أن الإعلام يبقى دوما على تماس مباشر مع خطوط النار ودوائر القوة من خلال قدرته على التأثير على مختلف الفاعلين في الحدث.

I- دور الإعلام في الحرب

إن العلاقة بين الإعلام والحرب تمتد بعيدا في عمق التجربة الإنسانية. فالإعلام، باعتباره فاعلا في ظرف حرج كالحرب، يتجاوز في تأثيره آله التدمير إلى النفاذ إلى الأذهان وتشكيل القناعات، والأحكام، والصور المدركة عن الواقع. وهو ما عبّر عنه نابليون بونابرت بالقول:

"إن أربع جرائد معادية تحدث ضررا يفوق الضرر الذي يحدثه مائة ألف جندي في حملة عسكرية" .(dans Gérard Challand (ed), 1992: 89).

وقد أشاد بيار كونسا بقدرة نابليون على استشراف أهمية وسائل الإعلام مؤكدا أن الجملة السابقة تُعد "إرهاصية من إستراتيجي وسياسي كبير في الحقبة المعاصرة،

أدرك قبل آخرين أن المعلومة والرأي العام، ولكن أيضا، وسائل الإعلام، تلعب دورا هاما في الأزمات" .(dans Gérard Challand (ed), 1992:, 89)

تأكدت هذه الإرهاصات المعبّرة عن دور الإعلام نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين مع تحول الصحافة المكتوبة في الدول الغربية إلى وسيلة ذات طابع جماهيري تساهم في بلورة الرأي العام ونهوضه كفاعل مؤثر في اتجاه الأحداث والسياسات.

فقد أعادت الصحافة الجماهيرية "اكتشاف فكرة أن الاعتقادات والأفكار وأعمال الأشخاص خاصة، لا تثار عن طريق الحقيقة التي تحيط بهم، وإنما عن طريق ما يدركونه عن هذه الحقيقة.

مواقفهم وتصرفاتهم وحركاتهم تمليها القناعات والأحكام والقرارات التي لا تأتي من الواقع، وإنما من الصورة غير المكتملة دوما التي تنشأ عنه" (dans Gérard Challand (ed),Å1992: 40)

وبذلك منحت الفرصة للنخب المسيطرة في المجتمع لاكتشاف أهمية وخطورة تأثير الإعلام في بناء المواقف والسلوكيات. فالتوصل إلى مخاطبة قاعدة واسعة من الجماهير خلق جوا من المنافسة بين مختلف الأجهزة الإعلامية لاستهداف أكبر فئات ممكنة والتأثير فيها.

الأمر الذي ساهم بقصد وبغير قصد في حمل المتلقين على تبني قراءات مختلفة عن الأفراد والأحداث والسياسات وبناء قناعات وأحكام وتصورات وفقا لمرجعية تساعد وسائل الإعلام في تشكيلها. إن قدرة وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام، وظهور هذا الأخير كقوة مؤثرة في توجيه السياسيات في المجتمعات الغربية، أعطى هذه الوسائط أهمية أكبر في أوقات الأزمات والحروب التي تفرض بطبيعتها وضعا استثنائيا.

وإجمالا، يكمن أحد أهم أبعاد الأزمة في المسيرة التي يطلقها الكيان الإداري لتعبئة الرأي العام. وتمثل وسائل الإعلام أهم وسيط في هذه المهمة فالتوافق أو التماسك الاجتماعي يشكل عاملا مهما لتعبئة شعب، وإعلان حرب، وقيادة عمليات عسكرية، وترتبط نفسية القوات واسعا ?خارج علاقات القوة في حقل المعركة- بالإعلام، والاتصال بين المحكومين والحكام، والمسؤولين المدنيين

والعسكريين، وبالحرب النفسية التي تمر عبر كلمات وأصوات وصور، باختصار وسائل الإعلام .(Michel Mathien (ed),Å 2001: 115-116) وهذا ما جعل من "إدارة الإعلام عنصرا للتفكير الإستراتيجي. وإخضاع حرب الخليج الثانية قريبة العهد، للتضخيم الإعلامي كشف أهمية الظاهرة"(.(Gérard Challand (ed), 1992: 90

إن الحروب الحديثة لا تبرر نفسها، ولهذا يجب أن تباع للرأي العام باستخدام كل الطرق الإدارية والدعائية المتاحة والممكنة. وقد سهلت عملية مراقبة تدفق المعلومات، إدارة الأزمات وتفادي صعود ضغط رأي عام مضاد.

"الأزمة إذا، وأكثر من أي وقت مضى، هي نزاع إرادات، يلعب فيه الرأي العام وتعبئته المحتملة وإعلامه، وفي الإجمال طريقة تقديم دور القوة المسلحة، و"أهداف الحرب"، يلعب دورا محددا في إدارة الأزمة. وفضلا عن وسائل الإعلام، يؤثر الرأي العام، على صناع القرار السياسيين والعسكريين بتشكيل حرية عملهم" (Jean-François Bureau, mars 2002: 134)وقد شكّلت أزمة الخليج الثانية عام 1991 "منعطفا في الحرب النفسية بحيث مثلت إدارة المعلومة ووسائل الإعلام في إستراتيجية وقيادة العمليات، بالفعل جديد الحرب" (Gérard Challand (ed), 1992: 143)

واستمر هذا الجديد في فرض نفسه خلال الأزمات اللاحقة، وبدا التعامل مع وسائل الإعلام ينطلق من كونها فاعلة في موقعها من داخل الحدث، وليست مجرد أداة أو وعاء ناقل للمعلومة من خارج الأزمة.

تشكل حرب الخليج الثانية إذا، "الحلقة الأولى في عصر إستراتيجي جديد، لم تعد فيه المعلومة في زمن الحرب، نتيجة الرقابة وحدها، المتبقية من مرحلة لم تكن فيها وسائل الإعلام إلا متفرجة على الأزمة، ولكن أيضا نتيجة إدارة أصبحت أداة للإستراتيجية، كعلم الفعل على مجموع المتدخلين في الأزمة" "(Gérard Challand (ed), 1992: 129).

وأصبح القائم بالاتصال نفسه أحد هؤلاء المتدخلين في الأزمة للاعتبارات المذكورة آنفا، ليتحول من مجرد ناقل للمعلومة إلى مساهم في الإدارة نفسها "مما أثار بشكل أوسع المسؤولية الجماعية للصحفيين في الإعلام وإدارة الأزمات (Gérard Challand (ed), 1992: 121-122)

المبحث الثاني

نتائج التحليل الكمي ليومية "إنترناشيونال هيرالد تربيون" (الجداول العامة)

(I) فئة الموضوع

يكشف التحليل الكمي الكلي الخاص برصد تكرارات المواضيع الـ18 الموضحة في الجدول رقم(10)، ونسبها المئوية في عينة البحث المنتقاة من محتوى المادة المنشورة في صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" أثناء حرب الخليج الثالثة في الفترة الممتدة ما بين 21 مارس و10 أفريل 2003، عن وجود اهتمام كمي متباين قوة وضعفا، من قبل القائم بالاتصال في الصحيفة بفئات الموضوع المذكورة.

تصدّر موضوع "رموز النظام المستهدفة" قائمة المواضيع من حيث النسبة بـ(17 .34٪) عبر107 تكرار من مجمل 607 تكرار كلي للفئات. واحتل موضوع "أداء قوات التحالف" المرتبة الثانية بنسبة (14 .10٪) عبر 87 تكرارا، تلاه موضوع "أداء القوات العراقية" بنسبة (12 .48٪) بتكرار 77 وحدة، ثم موضوع "خطر أسلحة الدمار الشامل" بنسبة (10 .53٪) ومجموع تكرار بلغ 65 وحدة، فموضوع "المدنيون" بنسبة (08 .10٪) و50 تكرارا. وجاءت مواضيع "الإرهاب" بـ47 تكرارا، و"أهداف الحرب" بـ44 تكرارا، و"مستقبل العراق" بـ41 تكرارا، متقاربة النسب بـ(07 .62٪)، و(07.13٪)، و(06 .65٪).

واحتلت بقية المواضيع أدنى النسب مع تفاوت بسيط بين موضوعي"الخسائر البشرية" بنسبة (03 .40٪) وتكرار بلغ 21 وحدة، و"الخسائر المادية" بنسبة (02 .92٪) و18 تكرارا من جهة، وباقي المواضيع التي سجلت ظهورا كميا متواضعا حيث شغلت في مجموعها نسبة (09 .72٪) و 60 تكرارا من مجمل 617 تكرار كلي للفئات.

تظهر القراءة الكمية الأولية أن اهتمام الصحيفة انصبّ على المواضيع الثمانية

الأولى، وتتباين أسباب هذا الاهتمام ما بين اعتماد الصحيفة، إلى حد ما، على الأسلوب التقريري في مقالات المانشيت التي غلب عليها التركيز على الأداء الميداني وملاحقة تطوراته اليومية، وبين محاولات تبرير اللجوء إلى الحرب من خلال شرح الأهداف وربطها بمسببات خاصة وظرفية تنتهي بمستقبل واعد للمنطقة في ظل تحييد واضح للمدنيين العراقيين واستهداف موجه للنظام العراقي. ولكن تبقى لبقية المواضيع أهمية في سياق الإدارة الكلية للأزمة رغم حضورها الكمي المتواضع.

جدول رقم (1)	تكرارات المواضيع ونسبها المئوية في العينة المختارة من محتوى صحيفة «إنترناشيونال هيرالد تريبيون»	
فئات الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
1-رموز النظام المستهدفة	107	17.34
2-أداء قوات التحالف	87	14.10
3-أداء القوات العراقية	77	12.48
4-خطر أسلحة الدمار الشامل	65	10.53
5-المدنيون	50	08.10
6-الإرهاب	47	07.62
7- أهداف الحرب	44	07.13
8- مستقبل العراق	41	06.65
9-الخسائر البشرية	21	03.40
10 -الخسائر المادية	18	02.92
11 -انتفاضة شعبية	15	02.43
12 -فعالية الأسلحة الأمريكية	10	01.62
13 -فعالية خطط الحرب	09	01.46
14 -احترام القانون والاتفاقيات الدولية	08	01.30
15 -المناطق النفطية	07	01.13
16 -انعكاس الحرب على الصراع العربي الإسرائيلي	05	00.81
17 -دور الأكراد في الحرب	04	00.65
18 -فعالية الأسلحة العراقية	02	00.32
المجموع	617	100%

(II) فئة الاتجاه

جدول رقم (2) تكرارات الاتجاه الكلي للمواضيع ونسبها المئوية في صحيفة «إنترناشيونال هيرالد تريبيون»

الاتجاه / الفئات	[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]	
	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
1 -رموز النظام المستهدفة	87	30.10	00	00	20	12.74	107	17[illegible]34
2 -أداء قوات التحالف	61	21.11	02	01.17	24	15.29	87	14.10
3 -أداء القوات العراقية	07	02.42	52	30.41	18	11.46	77	12.48
4 -خطر أسلحة الدمار الشامل	00	00	50	29.24	15	09.55	65	10.53
5 -المدنيون	35	12.11	03	01.75	12	07.64	50	08.10
6 -الإرهاب	00	00	44	25.73	03	01.91	47	07.62
7 -أهداف الحرب	35	12.11	00	00	09	05.73	44	07.13
8 - مستقبل العراق	29	10.03	00	00	12	07.64	41	06.65
9 -الخسائر البشرية	00	00	06	03.51	15	09.55	21	03.40
10 -الخسائر المادية	06	02.08	04	02.34	08	05.10	18	02.92
11 -انتفاضة شعبية	09	03.11	01	00.58	05	03.18	15	02.43
12 -فعالية الأسلحة الأمريكية	07	02.42	00	00	03	01.91	10	01.62
13 -فعالية خطط الحرب	04	01.38	02	01.17	03	01.91	09	01.46

14 -احترام القانون والاتفاقيات الدولية	01	00.35	05	02.92	02	01.27	08	01.30
15 -المناطق النفطية	03	01.04	02	01.17	02	01.27	07	01.13
16 -انعكاس الحرب على الصراع العربي الإسرائيلي	02	00.69	00	00	03	01.91	05	00.81
17 -دور الأكراد في الحرب	02	00.69	00	00	02	01.27	04	00.65
18 -فعالية الأسلحة العراقية	01	00.35	00	00	01	00.64	02	00.32
المجموع	289	100	171	100	157	100	617	100
المجموع الكلي لظهور الفئات حسب الاتجاه	46.84%		27.71%		25.45%		100%	

تبرز القراءة الكمية الكلية للجدول رقم(02) أعلاه، الخاص بتكرارات الاتجاه الكلي للمواضيع ونسبها المئوية في صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون"، تقدم الاتجاه المؤيد مسجلا نسبة (46.84٪) عبر 289 تكرار كلي مؤيد من مجموع 617 تكرار كلي للفئات، وهي نسبة معتبرة. تلاه الاتجاه المعارض بنسبة (27.71٪) عبر 171 تكرار ثم حلّ الاتجاه المحايد ثالثا بنسبة (25.45٪) عبر 157 تكرار.

نلاحظ التباين في النسب رغم تصدر الاتجاه المؤيد بنسبة تقترب من النصف. وقد يرجع ذلك، أولا، لطبيعة العينة القصدية في تناولها لمواضيع المانشيت وهي مواضيع تقريرية في أغلبها، ومواضيع الافتتاحية وهي عبارة عن مقالات رأي تعبر عن خط الصحيفة. وثانيا، لطبيعة الأفكار الواردة في محتوى الصحيفة في شكل وحدات مجزأة.

يعكس تصدر الاتجاه المؤيد طرح الصحيفة المساند للحرب على العراق.

وحسب طبيعة الفئات الأكثر ترددا في محتوى عينة الدراسة، فإن الاتجاه المعارض نفسه يصب في هذا الطرح الغالب على موقف صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون"، وهي صحيفة أمريكية دولية تصدر في العاصمة الفرنسية باريس عن مؤسسة إعلامية أمريكية عريقة هي "ذي نيويورك تايمز".

تكشف القراءة العمودية للاتجاهات الثلاثة للمواضيع، تفوق فئة "رموز النظام المستهدفة" في الاتجاه المؤيد بنسبة (30.10٪) عبر 87 تكرارا، تلتها فئة "أداء قوات التحالف" بنسبة (21.11٪) و61 تكرارا، وتساوت فئتا "المدنيون"، و"أهداف الحرب" في المرتبة الثالثة بنسبة (12.11٪) وبـ35 تكرارا، ثم فئة "مستقبل العراق" بنسبة (10.03٪) عبر 29 تكرارا. وأما بقية الفئات فلم تحصل مجتمعة على سوى نسبة (12.11٪) بتعداد 35 تكرارا فقط.

وأما في الاتجاه المعارض، فقد تقدمت فئة "أداء القوات العراقية" على بقية الفئات بنسبة (30.41٪) عبر 52 تكرارا من مجمل 171 تكرار كلي معارض. واحتلت فئة "تهديد أسلحة الدمار الشامل" المرتبة الثانية في هذا الاتجاه بنسبة (29.24٪) وعبر 50 تكرارا. تلتها فئة "الإرهاب" بنسبة (25.73) وعبر 44 تكرارا. ولم تشغل بقية الفئات مجتمعة سوى نسبة (14.61٪) بـ25 تكرارا.

وسجل موضوع "أداء قوات التحالف" أكبر ظهور في الاتجاه المحايد بنسبة (29.15٪) عبر 24 تكرارا، تلاه موضوع "رموز النظام المستهدفة" بنسبة (12.74) و20 تكرارا ثم موضوع "أداء القوات العراقية" بنسبة (11.46٪) و18 تكرارا. ثم جاءت بقية المواضيع بنسب حضور متواضعة على العموم، وفق القراءة الكمية الكلية للجدول رقم(02). وستبرز القراءة الجزئية الأفقية لجداول الاتجاه حسب عناصر المواضيع دلالة الاتجاه على نحو أعمق وأكثر تفصيلا.

(III) فئة المصدر

توضح القراءة العمودية للجدول رقم(3)، أن المصادر الرسمية الأمريكية قد تصدرت نسب المصادر التي تم الاعتماد عليها في مادة التحليل بنسبة 37.44٪، تلاها المراسل المدمج بنسبة 17.02٪، فالقائم بالاتصال بنسبة 13.13٪، فالمصادر الرسمية البريطانية بنسبة 10.37٪. وجاءت بقيت المصادر بتكرار أقل تواترا.

جدول رقم (3) تكرارات مصادر المواضيع ونسبها المئوية في العينة المختارة من محتوى صحيفة «إنترناشيونال هيرالد تريبيون»

المصادر / المواضيع	المصادر الداخلية						المصادر الخارجية								المصادر المجهولة		نسبة الظهور	
	القائم بالاتصال		المراسل غير المدمج		المراسل المدمج		الرسمية الأمريكية		الرسمية البريطانية		الرسمية العراقية		أخرى		مصدر غير مذكور		التكرار	%
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
1 رموز النظام السابق	10	12.34	11	18.03	19	18.09	37	16.01	16	25	00	00	08	38.09	06	33.33	107	17.34
2 أداء قوات التحالف	10	12.34	08	13.11	21	20	29	12.55	10	15.62	05	13.89	01	04.76	03	16.67	87	14.10
3 أداء القوات العراقية	07	08.64	05	08.20	13	12.38	23	09.96	12	18.75	15	41.67	01	04.76	01	05.55	77	12.48
4 خطر أسلحة الدمار الشامل	11	13.58	06	18.03	16	15.24	23	09.96	05	07.81	01	02.78	00	00	03	16.67	65	10.53
5 المدنيون	08	09.88	06	09.84	09	08.57	17	07.36	06	09.37	00	00	01	04.76	03	16.67	50	08.10
6 الإرهاب	06	07.41	04	06.56	08	07.62	23	09.96	03	04.69	02	05.55	00	00	01	05.55	47	07.62
7 أهداف الحرب	09	11.11	02	03.28	04	03.81	25	10.82	04	06.25	00	00	00	00	00	00	44	07.13
8 مستقبل العراق	11	13.58	04	06.58	00	00	18	07.79	03	04.69	00	00	05	23.81	00	00	41	06.64
9 الخسائر البشرية	00	00	04	06.56	02	01.90	07	03.03	02	03.12	06	16.67	00	00	00	00	21	03.40
10 الخسائر المادية	02	02.47	03	04.92	02	01.90	03	01.30	02	03.12	05	13.89	01	04.76	00	00	18	02.92
11 انتفاضة شعبية	01	01.23	02	03.28	03	02.86	06	02.60	01	01.56	01	02.78	00	00	01	05.55	15	02.43
12 فعالية الأسلحة الأمريكية	02	02.47	02	03.28	02	01.90	04	01.73	00	00	00	00	00	00	00	00	10	01.62
13 فعالية خطط الحرب	03	03.70	02	03.28	00	00	02	00.86	00	00	00	00	02	09.52	00	00	09	01.46
14 الاحترام	01	01.23	00	00	01	00.95	04	01.73	00	00	00	00	02	09.52	00	00	08	01.30

جدول رقم (3)	تكرارات مصادر المواضيع ونسبها المئوية في العينة المختارة من محتوى صحيفة «إنترناشيونال هيرالد تريبيون»																
القانون والاتفاقيات الدولية 15 المناطق النفطية	00	00	00	00	03	02.86	04	01.73	00	00	00	00	00	00	00	00	07	01.13
16 انعكاس الحرب على الصراع العربي الإسرائيلي	00	00	00	00	00	00	04	01.73	00	00	01	02.78	00	00	00	00	05	00.81
17 دور الأكراد في الحرب	00	00	01	01.64	01	00.95	02	00.86	00	00	00	00	00	00	00	00	04	00.65
18 فعلية الأسلحة العراقية	00	00	01	01.64	01	00.95	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	02	00.32
المجموع	81	100	61	100	105	100	231	100	64	100	36		21	100	18	100	617	100
النسبة الكلية لظهور المصادر	%13.13		%09.89		%17.02		%37.44		%10.37		%05.83		%03.40		%02.92		%100	
	%40.04						%57.04								%02.92		%100	

المبحث الثالث

ملخص نتائج التحليل الكيفي ليومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون"

يشكل التحليل الكمي أحد الخطوات المنهجية الهامة في تحليل المحتوى من خلال تحويل مادة المضمون إلى معطيات رقمية عبر تسجيل ورصد تكرار الوحدات بمعنى ترجمة المحتوى إلى رموز وأرقام كمية لها دلالات إحصائية. لكن يرى العديد من الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية، أن هذه الخطوة غير كافية وحدها للكشف عن خصائص المحتوى وتفسير العلاقات الارتباطية داخله، وأن التحليل الكيفي ضروري لتجاوز الظاهر الكمي للمحتوى إلى الوصف الموضوعي للعلاقات والمتغيرات، وتفسير دورها في بناء الرسالة، وتحديد العوامل المؤثرة فيها.

ومن هنا، تأتي هذه المرحلة من الدراسة لتتناول التحليل الكيفي للمحتوى واتجاهاته ومصادره في مادة التحليل المختارة كعينة من تغطية صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" للحرب على العراق خلال الفترة الممتدة ما بين 21 مارس و 10 أفريل 2003.

يرتبط التحليل الكيفي بالتحليل الكمي الذي يعد مرحلة تمهيدية تهيئ الأرضية للوصول بالبحث إلى مستوى التفسير النوعي للرسالة ومدلولاتها. وتهدف هذه المرحلة إلى تحليل النصوص تحليلا وصفيا معمقا يتجاوز القراءة الإحصائية لظاهر المادة إلى الكشف عن معالم الإدارة في محتوى صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" لأن الإعلام، خاصة في شكله الراهن المتطور، أصبح فاعلا أساسيا في إدارة الأزمة، وفي نجاحها أو فشلها فهو "يعد جزءا من "حرب النار" ويندمج مع سياسات الاتصال للدول نفسها، بمعنى سياستهم باختصار" (Michel Mathien (ed), 2001: 28).

وفي خطوة إجرائية منهجية محضة، تم تناول الفئات الثمانية عشر في التحليل

الكيفي، وفق ترتيب يخضع لأهمية ظهور المواضيع حسب النتائج الكمية المستخلصة في المرحلة السابقة.

ويشمل التحليل الكيفي في هذه المرحلة، على عكس التحليل الكمي، الفئات الثلاث "الموضوع، والاتجاه، والمصادر" مجتمعة لإسهامها مشتركة في عملية الإدارة الإعلامية للأزمة، وبذلك فإن الإلمام بمختلف جوانب الإدارة وتوضيحها في شكل متكامل، يقتضي إشراك هذه الفئات الثلاث في بناء التحليل.

1- موضوع "رموز النظام المستهدفة":

يعكس حضور موضوع "رموز النظام المستهدفة" كفئة مستقلة احتلت المرتبة الأولى كميا في مادة التحليل الكلي، واتجاه المحتوى، ومصادره مدى تشخيص الوسيلة للحرب بمعنى ربطها بأشخاص معينين.

تتسع دائرة الاستهداف لتشمل أيضا، مؤسسات ومدن بذاتها تصنف على أنها تضم قواعد النظام السياسي العراقي وتساهم في استمراره، مع عزل المجتمع المدني عن دائرة الاستهداف تلك.

وبمعنى آخر، فإن اهتمام الوسيلة ينصب على إبراز العلاقة السببية بين رموز النظام المستهدفة والحرب على العراق في محاولة للتأكيد على أن الانهيار السريع لهذه الرموز يفضي حتما إلى تسجيل مخرج سريع ونهاية مرغوبة للحرب.

يأتي على رأس الرموز المستهدفة الرئيس العراقي صدام حسين، وهذا ما يعبر عنه وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامسفيلد في مقال للصحفي بريان نولتن بعنوان "الولايات المتحدة تدعو إلى استسلام غير مشروط": "لا يوجد مخرج لهذه الحرب يترك صدام حسين ونظامه في السلطة" Brian Knowlton, ”U.S. Calls for "Unconditional Surrender" International Herald Tribune, Paris, N?37345, 02 avril 2003, P.1)

تعزز افتتاحية اليوم الأول للحرب- وفق التوقيت الأمريكي- التوجه نفسه بالتأكيد على أنه "لا يوجد مخرج استراتيجي في المدى المنظور، مثلما كان الأمر عندما توقفت قوات التحالف، بالقرب من بغداد عام 1991. الآن، إنه صدام أو لا

شيء" The War Begins) "21 ,International Herald Tribune, Paris, N'37335 ,
mars 2003, P.10) أي أن نهاية الحرب مرهونة بسقوط الرئيس العراقي صدام حسين.

تهدف عملية التشخيص حسب المنهج المتكامل لإدارة الأزمات، إلى توسيع دائرة المؤيدين وتحويلهم إلى عناصر مناصرة وفاعلة ليس فقط في التأييد، ولكن أيضا، في مناهضة ومقاومة الطرف الآخر(السيد عليوة، 2002: 37). فمن المبادئ الإدارية المتفوقة في كسب التأييد وحشد الدعم للأهداف المحددة للصراع، تشويه صورة الخصم والتركيز على إبراز ممارسات مشينة تنسب له، لتشكيل رأي عام مناهض لسلوكياته. ويتم ذلك عبر عدد من الأساليب منها(نقلا عن أديب خضور، 1999: 25):

1 - نزع الصفة الإنسانية عن العدو أثناء الأزمة وتصويره كنموذج للشر المطلق.

2 - شخصنة العدو في فرد.

3 - نمذجة العدو وتقديمه عبر صورة نمطية.

4 - النجاح في الحط من قدر وقيمة القائد الأوحد للعدو.

وبالعودة إلى المحتوى، فإن الرئيس العراقي صدام حسين وعدد من مقربيه يشكلون بالفعل مادة التشخيص في صحيفة ?إنترناشيونال هيرالد تريبيون.?

ويقوم التشخيص على ربط أسباب ودوافع الحرب بممارسات خاطئة وسلوكيات منبوذة لأشخاص محددين. ويبرز المقطع التالي التوجه نحو تشويه الرئيس العراقي صدام حسين وولديه ففي مانشيت عدد 28 مارس 2003، تقول الصحفية -جويل برينكلي: نقلا عن الرئيس الأمريكي جورج دابليو بوش:

-ولداه- في إشارة إلى ولدي الرئيس صدام حسين، قصي وعدي- همجيان. أشخاص همجيون. إنهم برابرة بالطبيعة. إذا، أنا لا أتفاجأ لأنهم يرتكبون جرائم ضد جنودنا. لا أتفاجأ إذا سمعت قصصا من هذا النوع يقتلون مواطنيهم ويحاولون إلقاء اللوم على قوات التحالف. . لا أتفاجأ، بسبب طبيعة الرجل الذي

حكم البلاد لفترة طويلة من الزمن Bush Vows to Fight as Long " ? (Joel Brinkley, International Herald Tribune, Paris, N?37341, 28 mars 2003, p.6.). " as it Takes

يظهر هنا توظيف الصحيفة للاستمالات السلبية بقوة في تناولها لموضوع – رموز النظام المستهدفة – بالاعتماد على المصادر الرسمية الأمريكية العسكرية منها، والسياسية كمصادر أساسية في استقاء المعلومات المتعلقة بالموضوع مع تسجيل غياب كلي للمصادر الرسمية العراقية، مما يعني توجه الصحيفة إلى تأييد فكرة استهداف الرموز المحددة إجرائيا، وهو ما ظهر في العرض الكمي الغالب للاتجاه المؤيد.

يبرز مستوى آخر من التصوير لـ"الشخصيات المستهدفة"، عبر اتهامها بممارسة التطهير الإثني ضد الشيعة والأكراد وهو "توجه عام لتأسيس مشهد للنزاع يقوم على قيم إنسانية تنهض من أخلاقيات عالمية، هي حقوق الإنسان" ,(Michel Mathien ed) 2001: 356)

ويبدو هذا التأسيس غطاء لكسب مزيد من الشرعية للتدخل العسكري باسم حماية الأقليات.

تظهر الإدارة الإعلامية للأزمة، مرة أخرى، من خلال "الرجوع للأعمال الماضية لتحريك العمل السياسي الحالي" .(Michel Mathien (ed), 2001: 450)

أي الرجوع إلى وقائع وأحداث ماضية ارتبطت في الذاكرة الإنسانية بصور ذهنية معينة، لإدانة أعمال حالية فاسترجاع وقائع استعمال الأسلحة الكيميائية ضد الأكراد في العراق، في المقطع الأخير، وربطها بعلي حسن المجيد، وهي وقائع مدانة عالميا، يُعد رسالة لتحفيز صور ذهنية مسبقة لدى الرأي العام لإثارته ضد "الرمز" المستهدف وتبرير استهدافه.

تنقل الصحيفة في رسالة موجهة إلى العراقيين، عن وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامسفيلد اعتقاده أن "مجيد مات" Allied Forces Burst " (Thomas Fuller, , International Herald Tribune, Paris, N?37350, 08 " into The Heart of Baghdad avril 2003, p.4.) ويستطرد بالقول: –لن يرعبكم ويرعب عائلاتكم بعد الآن– International " Allied Forces Burst into The Heart of Baghdad " (Thomas Fuller, Herald Tribune, Paris, N?37350, 08 avril 2003, p.4.)

يزداد التصوير السلبي للشخصيات المستهدفة في هذا المقطع ظهورا من خلال تقديم الشعب العراقي كضحية لممارساتها بغرض "إثارة عامل الشفقة عند الرأي العام لصالح من يقدم كضحية، وهذا لإثارة السخط بالمقابل ضد الخصم" (Michel Mathien(ed), 2001: 475)

شكل التكرار الكمي المؤيد لاستهداف الشخصيات السياسية العراقية المحددة إجرائيا، يتقدمها الرئيس صدام حسين، البعد الرئيسي في مادة التحليل، ويبرز التحليل الكيفي أن أغلب الرموز المتبقية الظاهرة في مؤشرات الموضوع تبدو غير مستهدفة لذاتها بقدر ما هي مستهدفة لدورها في ضمان بقاء واستمرار الرئيس صدام حسين على رأس السلطة في العراق.

إن الغرض من إدارة الصحيفة للأزمة في مضامينها المتعلقة بموضوع "رموز النظام المستهدفة" هو توسيع دائرة المؤيدين للأهداف المعلنة للحرب، والترويج إلى أن تحقيق هذه الأهداف يمر حتما عبر استهداف الرموز المعرفة إجرائيا والسيطرة على وضعياتها من جهة، ومن جهة ثانية ترويع الخصم والظهور أمامه بمظهر الثبات على الموقف والتصميم على المضي قدما، مع تأليب الرأي العام ضده.

2 - وضوع "أداء قوات التحالف" :

يكشف التحليل الوصفي الكيفي لمحتوى العينة المختارة من المقالات الصادرة في يومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" حول موضوع "أداء قوات التحالف" عن اهتمام كبير ونوعي يؤكد قيمة الفئة في إطار الحدث، وفي إطار الرسائل العامة المرجو تمريرها خدمة لأهداف الوسيلة.

يبرز الموضوع من خلال المحتوى، والاتجاه، والمصادر المعتمدة في استقاء مادة المضمون، الدلالات التي توظفها الوسيلة لتقديم قوات التحالف والقوات الأمريكية على وجه التدقيق في إطار نخبوي قادر على إنجاز المهمة الموكلة إليه على النحو المرغوب فيه، وبالدقة المطلوبة التي تصل أحيانا إلى درجة إضفاء الطابع الاستعراضي والبطولي على مستوى الأداء.

جاءت، على هذا النحو، افتتاحية اليوم الأول للحرب لتؤكد على أن "عمل الجنود، رجالا ونساء على حد سواء، فاق الحد بوضوح. لا أحد ممن يعرف الجيش

الأمريكي يشك في أنه سيقوم بعمله على أفضل ما لديه من مقدرة، وبالوعي الحاد للموازنة ما بين الفرص والمخاطر. رهان الحياة في هذه العملية هو ملك للشباب الأمريكي والعراقي من كل الأعمار "The War Begins" (International Herald Tribune, Paris, N?37335, 21 mars 2003, p.10.). ثنائية الربط بين الأداء الميداني المتفوق لقوات التحالف والسيطرة على أحداث الحرب، وبين القبول الذي يلقاه هذا التفوق لدى المدنيين العراقيين تعبر عنه أيضا، افتتاحية عدد 5–6 أفريل 2003 التي تحمل عنوان "على ضواحي بغداد"، بالقول: "ثمة مؤشرات على أن معركة التفوق العسكري، ومعركة القبول لدى العراقيين العاديين كلاهما يسير بشكل جيد" (On "The Outskirts of Baghdad" International Herald Tribune, Paris, N-37348, 5-6 avril 2003, p.6.).

تتمحور الرسالة الإعلامية للصحيفة عند تركيزها على إبراز تفوق قوات التحالف على المستوى العسكري الميداني وكذلك على المستوى المدني من خلال كسب ود الشعب العراقي وضمان وقوفه في صف هذه القوات، حول عدد من الأساليب الإدارية المعرفة وتدخل في إطار:

1 – المواجهة السريعة والتفوق في السيطرة على الأحداث(أديب خضور، 1999: 12).

2 – المحافظة على ثقة جميع الأطراف المساندة للتدخل العسكري في العراق(نقلا عن حسن عماد مكاوي، 2005: 72).

3 – تحديد الأطراف المشتركة في الأزمة، وتوضيح مصالح وأهداف كل طرف(السيد عليوة، 2002: 70).

يدخل تحييد الشعب العراقي عن دائرة الاستهداف ومحاولة رصه في صفوف الأطراف المؤيدة للحملة العسكرية لدول التحالف كما أظهره المقطعان السابقان، أولا ضمن عملية فرز أطراف الأزمة "نحن مع من، وضد من" ومن معنا، ومن ضدنا؟ وتظهر هنا محاولة تصنيف الشعب العراقي ضمن الأطراف المساندة لعمل قوات التحالف. وثانيا، ضمن محاولة طمأنة الرأي العام الداخلي والخارجي وكسب مساندته وتعاطفه مع قوات التحالف في مهمتها.

كشف التحليل الكمي لموضوع "أداء قوات التحالف" عن تفوق العنصر الأول "تقدم وتحقيق سيطرة" من حيث نسبة الظهور مقارنة ببقية عناصر الموضوع، وبفارق كبير يدل على الاهتمام المحوري الذي أولته الوسيلة لهذا العنصر كقيمة أساسية تعكس موقفها من الحرب على العراق، واتجاهها نحو أداء قوات التحالف. وعرف المؤشر عرضا كميا مؤيدا عاليا، وشكلت المصادر الرسمية الأمريكية المصدر الأول للمعلومات بخصوص هذا العنصر.

تربط صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" بين التقدم العسكري الميداني لقوات التحالف والنهاية السريعة للحرب، ويتم هذا الربط في إطار أحد أهم أهداف العملية الإدارية للأزمة وهو "ضمان العودة إلى الأوضاع الطبيعية في أسرع وقت وبأقل تكلفة"(فاروق السيد عثمان، 2004: 123). وبتعبير آخر تأكيد "سرعة العودة إلى الحياة الآمنة"(السيد عليوة، 2002: 42) لطمأنة الجبهات الاجتماعية على المستويين الداخلي والخارجي، فطول أمد الحرب يعني ارتفاع تداعياتها على الأرواح، وازدياد كلفتها المادية، والطعن في القدرة العسكرية لدول التحالف، ومن شأن ذلك تأليب الرأي العام ضد الحرب وأهدافها خاصة داخل دول التحالف نفسها. تبرز من هذا المنطلق الإداري، خلفية الحضور القوي لمؤشر "تقدم وتحقيق سيطرة" في محتوى الصحيفة. ويمكن التعبير عن أهداف هذا الأسلوب الإداري بثلاثة عناصر:

1 - إرباك الخصم وتطويعه وإخضاعه عبر ضرب ثقته بإمكانياته وإقناعه بأن الأحداث تتجاوزه، وأنه لا طائلة من مواصلة القتال أمام عدو قوي يسيطر جيدا على الوضع ويمسك بزمام المبادرة.

2 - طمأنة الرأي العام داخل دول التحالف بأن نهاية الحرب ستكون سريعة ولصالح هذه الدول. والنهاية السريعة للحرب، تعني تخفيض كلفة الحرب المادية، والأهم هو تخفيض كلفة الحرب من الضحايا.

3 - إثارة الاعتزاز لدى الرأي العام الأمريكي -وبقية دول التحالف- بقدرات وأداء قواته، وتعميق الشعور لديه بالفخر والانتماء لتحقيق مزيد من الالتفاف حول أهداف الحرب.

3 - موضوع "أداء القوات العراقية" :

كشف التحليل الكمي عن اهتمام كبير بموضوع "أداء القوات العراقية" من خلال المؤشرات المحددة إجرائيا بسبعة عناصر. أما التحليل الكيفي من خلال وحدة الفكرة، فيظهر اعتماد الوسيلة بشكل بارز على تقنيات وأساليب إدارة الأزمات من أجل تقديم الخصم للرأي العام عبر صورة نمطية منمذجة في قالب سلبي يهدف إلى إضفاء الشرعية على الحملة العسكرية ضد العراق.

يتصدر عنصر "استعمال حيل" قائمة عناصر الموضوع من حيث تردد الظهور. ويكشف محتوى العنصر، واتجاه الوسيلة نحوه، والمصادر الأساسية في الحصول على المعلومات المرتبطة بالموضوع، الانسجام في المواقف بين الصحيفة وسلطات التحالف في إطار علاقة تبدو عضوية إزاء القوات العراقية التي تقدم دوما، في صورة مسبقة، على أنها "موالية للنظام العراقي". ويشكل هذا الجمع بين "الأداء" و"الولاء" الصورة الإطار للاستحضار لدى المتلقي من خلال علاقة متعدية بين سلوك وإنجازات القوات العراقية، والنزعة الكلية للنظام العراقي.

تكشف معظم الأفكار المتعلقة بموضوع "أداء القوات العراقية" في محتوى الرسالة عن ميل الصحيفة إلى تقديم أداء هذه القوات في صور مسيئة تخدم وجهة النظر الأمريكية وحلفائها في الحرب على العراق، وحتى تلك الأفكار التي تبدو محايدة في ظاهرها وتتيح للطرف الثاني في النزاع التعبير عن وجهة نظره والإدلاء بالمعلومات المتوفرة لديه بخصوص مجرى الحدث جاءت مُقولبة في إطار استمالات الاتهام، والادعاء، والتخويف، وأحيانا التبرير عندما يتعلق الأمر مثلا بعنصر "عمليات أسر" تلجأ الصحيفة إلى تبرير وقوع الجنود الأمريكيين في الأسر العراقي بسرعة تقدم قوات التحالف باتجاه أهدافها U.S. Speeds North" (Thomas Fuller, International Herald Tribune, Paris, N?37337, 24 mars "But suffers Casualities 2003., p.1.)، في محاولة لطمأنة الجبهات الداخلية بأن عملية الأسر ليست عملية نوعية تحسب للقوات العراقية، وإنما هي ضريبة الاندفاع السريع لقوات التحالف نحو أهدافها.

4 - موضوع "خطر أسلحة الدمار الشامل":

يعكس حضور موضوع "خطر أسلحة الدمار الشامل" في محتوى عينة الدراسة، مدى اهتمام الصحيفة بالخطر الذي يمكن أن يشكله امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل، وتتبلور مع نزعة الرسالة التحذيرية، والتنبيهية، والتخويفية أهمية الموضوع في السياق الكلي للحدث.

تستخدم الوسيلة عبر دلالات ضمنية وصريحة، استمالات التخويف بقوة في طرقها لموضوع تتوجه نحوه اتجاها معارضا بشدة، وتعتمد في استقاء أغلب مادته على الجهات الرسمية الأمريكية، وعلى المراسل المدمج مع وحدات القوات الأمريكية، علما أن ما يرسله هذا الأخير من تقارير صحفية يمر حتما بموافقة الجهة العسكرية المستضيفة، وفقا لعقد يربطه بها. تشكل "إدارة الخوف" علامة بارزة في تناول الصحيفة لموضوع "خطر أسلحة الدمار الشامل" لدورها في "الانفعال الجماعي"(نقلا عن وليد شميط، 2005: 164) كمحدد أساسي في عملية الاصطفاف خلف الأهداف المعلنة للحرب. "فالخوف من الصواريخ الكيميائية والبيولوجية قاد الجنود إلى داخل مخابئهم وإقاماتهم في مدينة الكويت داخل الملاجئ. أسرع ضيوف الفندق المضطربين أسفل الدرج إلى داخل ملاجئ خاصة معلّمة في الطابق السفلي" (Thomas Fuller, "U.S. and British Troops Open Ground War" International Herald Tribune, Paris, N?37335, 21 mars 2003, p.6).

تستخدم الوسيلة، فضلا عن لهجة التخويف كما يظهر في المقطع السالف، استمالات "إثارة الشفقة" لصالح قوات التحالف التي تقدم كضحية لاحتمال استخدام العراق لأسلحة الدمار الشامل ضدها، بغرض كسب تعاطف الرأي العام مع هذه القوات وضمان استمرار التأييد لأهداف وجودها في العراق. ويتوافق هذا التوجه مع "إستراتيجية التعاطف والمعاناة" وهي إحدى استراتيجيات الرسائل الإقناعية المُعدة للاستخدام في إدارة الأزمات. وتهدف لإقناع الجماهير بمدى معاناة الجهة المعنية بالإدارة وخلق تعاطف إيجابي تجاهها(نقلا عن حسن عماد مكاوي، 2005: 136). تبني الرسالة أغلب الأفكار المتعلقة بامتلاك، واستعمال العراق لأسلحة الدمار الشامل على أساس "الاحتمال"، و"التخمين"، و"الاستدعاء"، و"التأطير بالجمع".

نتائج الدراسة وخلاصتها

يقودنا التحليل إلى استخلاص مجموعة من النتائج تعكس في مجملها ملامح إدارة يومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" للحدث، وتجيب عن إشكالية البحث والتساؤلات المصاحبة له والمتعلقة بكيفية إدارة الصحيفة للحرب على العراق خلال الفترة الممتدة ما بين 21 مارس و10 أفريل 2003 أي من تاريخ إعلان الحرب على العراق وإلى غاية سقوط العاصمة بغداد في أيدي القوات الأمريكية.

وعليه فإن مضامين عينة الدراسة تترجم بعض الأطر النظرية لإدارة الأزمات من خلال بروز عدد من الأساليب والخطوات الإدارية المنهجية في تناول الصحيفة للحدث، وهي بشكل محدد تظهر عبر النتائج التالية:

- طغى صوت الأزمة على ما سواه من الأصوات من خلال احتلال أخبار الحرب والتحركات السياسية المرتبطة بها موقع الصدارة في أولويات واهتمام المعالجة الإعلامية ليومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" حيث تناولت كل المانشتات والافتتاحيات الصادرة خلال فترة الدراسة موضوع الحدث.

- شخصنة الحرب من خلال ربطها بأشخاص معينين حيث غلبت على المحتوى الأخبار ذات الاتجاه المعارض للسلطة العراقية ورموزها يتقدمها على وجه الخصوص الرئيس صدام حسين. وإذا، فقد جرى تقديم الحرب على أنها ضد الرئيس صدام حسين كشخص وضد بعض مقربيه وليست ضد الشعب العراقي.

- نزع الصفة الإنسانية عن العدو وتصويره كنموذج للشر المطلق ونمذجته من خلال "وحشية" صدام حسين، و"بربرية" أبنائه، و"ستالينية" نظامه، ولجوء قواته إلى استهداف وقتل المدنيين، واستخدام الخدع كالتخفي في ثياب المدنيين، واعتماد التكتيكات والأساليب الإرهابية كالتفجيرات الانتحارية.

- تأكيد القدرة على تحقيق المواجهة السريعة والسيطرة على الأحداث من خلال قوة الحشد، وتواصل الإمدادات، وتفوق قوات التحالف على مسارح العمليات والتقدم السريع باتجاه أهدافها أي تقديم قوات التحالف في صورة تنم عن تماسك وعزم وسيطرة وإثارة الإعجاب بأدائها.

- تأكيد شرعية استخدام القوة من خلال تقديم الشعب العراقي كضحية لنظامه الدكتاتوري وإثارة شفقة وتعاطف الرأي العام مع الضحية.

- استخدام إستراتيجية الإنكار للحد من حجم الخسائر البشرية والمادية، وإستراتيجية التبرير للتغطية على استهداف قوات التحالف للمدنيين العراقيين، وإستراتيجية التخويف من أسلحة الدمار الشامل العراقية لتحقيق الانفعال الجماعي وتعبئة الجماهير وراء أهداف الحرب المعلنة، وتوسيع دائرة المؤيدين كما استغلت الإستراتيجية لتخويف العدو نفسه أي السلطة العراقية من خلال إبراز التصميم على الذهاب بالحرب حتى تحقيق الأهداف، والتركيز على إظهار قوة الحشود والإمدادات المتواصلة، وفعالية السلاح الأمريكي، وحبكة خطط الحرب، وبراعة قوات التحالف ونجاحاتها، والتلويح بملاحقة المسؤولين العراقيين بتهمة ارتكاب جرائم حرب وجرائم ضد الإنسانية. والهدف هو التأثير على قرار العدو ودفعه للتصرف وفقا لرغبة وأهداف دول التحالف.

- طمأنة الجمهور الداخلي والخارجي من خلال تقزيم دور المقاومة العراقية، وتثمين نجاحات قوات التحالف، والتخطيط لمستقبل العراق لتأكيد الحرص على تأمين سرعة العودة إلى الحياة الطبيعية الآمنة وإعادة الإعمار.

- استثارة الذاكرة وتحفيزها واتخاذ التاريخ والأعمال الماضية مرجعية لإدانة الأعمال الراهنة وتحريك السياسة الحالية.

- استخدام أسلوب "التأطير بالجمع" من خلال الحديث المتكرر عن العثور على عناصر مثل ترياق غاز الأعصاب، وعلب من الغبرة البيضاء، وأقنعة واقية من الغازات.. وغيرها من العناصر، والهدف هو ربط وجودها بوجود أسلحة الدمار الشامل لإحداث الاستجابة المطلوبة لدى المتلقي.

- شكلت المصادر الرسمية الأمريكية خاصة العسكرية، المصدر الرئيسي للمعلومات في محتوى عينة الدراسة.

- كشف تناول الصحيفة للحدث عن عجز المصادر الداخلية لليومية ومنها المراسل المدمج عن التحرر من الرؤية الرسمية الأمريكية للحدث فأغلب المعلومات والآراء كانت تصب في اتجاه هذه الرؤية وتتقاطع مع المواقف الرسمية الأمريكية.

- تهميش المصادر الرسمية العراقية وحتى بقية المصادر المرتبطة ببقية دول التحالف وأطراف الأزمة باستثناء حضور نسبي للمصادر الرسمية البريطانية مما يعني عدم التوازن في تناول الحدث وفق رؤية مختلف الفاعلين في الأزمة.

- التشكيك في المعلومات المنقولة عن المصادر الرسمية العراقية، واعتبارها محض ادعاءات.

- لم تحدد الصحيفة، في بعض الأحيان، مصادر مادتها الصحفية محل الدراسة. ورغم أن حضور المصادر المجهولة كان متواضعا إلا أن ذلك يدفع إلى التشكيك في مصداقية الخبر ويطعن في موضوعية التناول.

- تقديم قوات التحالف في صورة المُخلّص القادم من أجل تقديم تضحيات لتحرير الشعب العراقي من نظام ديكتاتوري، ونشر قيم الديمقراطية، وتخليص العالم من خطر أسلحة الدمار الشامل التي يمكن أن يتم تهريبها من العراق إلى الجماعات الإرهابية. وبمعنى مُكمّل، تقديم أهداف الحرب على أساس مُثل إنسانية لا يمكن لأحد ردها أو التشكيك فيها، واستخدام إستراتيجية التعاطف والمعاناة وهي إحدى إستراتيجيات رسائل الاتصال الإقناعية المستخدمة في إدارة الأزمات لإقناع الجماهير بمدى المعاناة التي تتكبدها قوات التحالف في سبيل إيصال المساعدات الإنسانية للشعب العراقي وإنقاذه من نظام متسلط لا يتورع عن قتل مواطنيه وإرساء المثل الإنسانية المذكورة وذلك لخلق تعاطف إيجابي معها.

- تهميش دور الدول المنخرطة في التحالف ضد العراق باستثناء الدور النسبي البريطاني خاصة في الجنوب العراقي في مقابل التركيز على إبراز الدور الأمريكي المتقدم.

- محاولة الظهور بمظهر المتوازن في تناول القضية الفلسطينية للحفاظ على وحدة التحالف ضد العراق وعدم تأليب الرأي العام في المنطقة العربية وفي إسرائيل ومؤيديها في الولايات المتحدة الأمريكية.

- التفرقة الطائفية من خلال التركيز على معاناة الشيعة والأكراد تحت سلطة النظام العراقي السني.

- جرى تصوير الشعب العراقي على أنه من جهة، يؤيد تدخل قوات التحالف في العراق وذلك من خلال التركيز على إبراز مظاهر استقبال المدنيين العراقيين لقوات التحالف خاصة في المناطق الشيعية. ومن جهة ثانية، يناهض النظام العراقي القائم من خلال الانتفاضات الشعبية الجارية أو التي في طريقها إلى الاندلاع مع استخدام لهجة تحريضية لدفع الشعب العراقي إلى الخروج في انتفاضة ضد نظام الحكم في العراق.

- ركزت الصحيفة على ضرورة إعطاء دور للأمم المتحدة في عراق ما بعد الحرب خاصة في مجال المساعدات الإنسانية واسترجاع دورها في برنامج النفط مقابل الغذاء والدواء لرأب صدع حلف الناتو الذي انقسم على نفسه بسبب استبعاد هيئة الأمم المتحدة من قرار إعلان الحرب على العراق.

تظهر النتائج المستخلصة، على هذا النحو، طريقة إدارة يومية "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" وتعكس ما عرضنا له في الإطار النظري من خطوات وإستراتيجيات نظرية لإدارة الأزمات. وقد ترجم محتوى الصحيفة محل الدراسة الجانب التطبيقي لأربعة خطوات نظرية تضمنها المنهج المتكامل لإدارة الأزمات للكاتب السيد عليوه -كما هو موضح في الإطار النظري- وهي: مرحلة توسيع دائرة المؤيدين، مرحلة الانتشار بالانتقال إلى مسك زمام المبادرة والاتجاه بالأحداث بدل الانصياع لها، مرحلة التحكم والسيطرة على الأحداث، ومرحلة التوجيه التي تنطلق من السيطرة على مختلف قوى الأزمة. وكشف التناول الإعلامي للحدث اعتماد الصحيفة على عدد من إستراتيجيات الرسائل الإقناعية التي تستخدم عادة في خطة اتصالات الأزمة وهي: إستراتيجية الإنكار، وإستراتيجية التبرير، وإستراتيجية التعاطف والمعاناة.

قائمة المراجع العلمية

I - باللغة العربية

أ- كتب

أديب خضور، "الإعلام والأزمات"، ط1، دار الأيام للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1999.

حسن عماد مكاوي، "الإعلام ومعالجة الأزمات"، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.

رشيد حمليل، "الحرب والرأي العام والدعاية"، في إطار عاصمة الثقافة العربية، الجزائر، 2007.

سوسن عساف، "إستراتيجية الردع: العقيدة العسكرية الأمريكية الجديدة والاستقرار الدولي"، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، أفريل 2008.

السيد عليوه، "إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، ط2، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

السيد عليوه، "إدارة الوقت والأزمات والإدارة بالأزمات"، ط1، دار الأمين، القاهرة، 2003.

عباس رشدي العماري، "إدارة الأزمات في عالم متغير"، ط1، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، 1993.

علي عجوة، "العلاقات العامة والصورة الذهنية"، عالم الكتب، القاهرة، 2003.

فاروق السيد عثمان، "التفاوض وإدارة الأزمات"، ط1، دار الأمين، القاهرة، 2004.

-مي العبد الله، محمد الخولي، "الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول 2001: نحو خطاب إعلامي عربي جديد"، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002.

هربرت شيلر، "المتلاعبون بالعقول"، ترجمة عبد السلام رضوان، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1986.

وليد شميط، "إمبراطورية المحافظين الجدد: التضليل الإعلامي وحرب العراق"، ط1، دار الساقي، بيروت، 2005.

ب-دوريات

أمين هويدي، "إدارة الأزمات في ظل النظام العالمي المراوغ"، السياسة الدولية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، عدد 112، أفريل 1993.

حسام سويلم، "الأسلحة والذخائر الذكية الجديدة المستخدمة في حرب العراق"، السياسة الدولية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، عدد 152، أفريل 2003.

حسام سويلم، "الضربات الوقائية في الإستراتيجية الأمنية الأمريكية الجديدة"، السياسة الدولية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، عدد 150، أكتوبر 2002.

نصر الدين العياضي، "بعض الافتراضات لدراسة علاقة الإعلام بالحرب"، المجلة الجزائرية للاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، العدد18، جانفي-جوان 2004.

II- باللغة الأجنبية

A-LIVRES

Challand, G.(ed). (1992) "La Persuasion de Masse: Guerre Psychologique,Guerre Médiatique", Paris: Editions Robert Laffont.

Lassale, J,P,(1991), "La Démocratie Américaine: Anatomie d?un Marché Politique", Paris: Armand Colin.

Mathien M.(ed). (2001), "L?Information dans les Conflits Armés: Du Golfe au Kosovo", France: L?Harmattan.

B-PERIODIQUES

Bureau, J.F. (mars 2002), "Le Rôle des Opinions Publiques dans la Gestion des Crises Militaires", L?Armement, DICOD, Paris, N?77.

De Rostolan, V.(mars 2002), "Gestion des Crises et Conduite des OpérationsÅ", L?Armement, DICOD, Paris, N?77.

10

البحث العاشر

التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب

دراسة حالة الجزائر

د. منصور لخضاري
المدرسة الوطنية العليا
للعلوم السياسية - الجزائر

ملخص:

عرفت الجزائر ظاهرة الإرهاب الذي بات يتصدر الأخطار الأمنية على الإطلاق، وسبقت معاناتها من ويلاته المجموعة الدولية لأزيد من عقد من الزمن إذا ما سلمنا باعتبار تاريخ 11 سبتمبر 2001 المنعرج الحاسم في تصنيف الإرهاب كخطر أمني عالمي تستوجب مكافحته ضرورة تعاضد كل المجموعة الدولية، فقد سبق للجزائر ووقفت في مواجهته منفردة مستندة على إمكانياتها ومجهوداتها الوطنية المتمثلة أساسا في جيشها ومؤسساتها القضائية والأمنية والإدارية ومواطنيها في مواجهة الخطر الإرهابي إلى أن باتت تشكل اليوم مرجعا عالميا ومدرسة رائدة في مجال مكافحة الإرهاب في العالم.

ترتكز المداخلة محل التقديم الموسومة "التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب: تقديم حالة الجزائر"على بحث وبيان قنوات وآليات التسيير الإعلامي لكل من السلطة والجماعات الإرهابية النشطة في الجزائر عبر مختلف محطات ومسارات تطور ظاهرة الإرهاب التي انتقلت من النشاط الداخلي المحلي إلى التوسع الإقليمي العبر وطني، انطلاقا ممّا للإعلام من دور كبير وأهمية بالغة في تسيير الأزمات إلى درجة اعتباره رهانا يتوقف على مدى التحكم فيه ضبط موازين القوة بين مختلف القوى المتصارعة، وهو الطرح الذي يتوافق بتقدير كاتبه مع مضمون إشكالية ومحاور الملتقى قيد الترشح للمشاركة في فعالياته ولاسيما منها محور الإعلام والإرهاب.

إجمالا لهذا الملخص، تم اعتماد الإشكالية التي يلخصها السؤال التالي كأساس لبحث المداخلة: إلى أي حد كسبت السلطة رهان الإعلام في مواجهة ظاهرة الإرهاب في الجزائر؟

البحث العاشر

التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب
دراسة حالة الجزائر

مقدمة

تمثل السياسة في أحد أبعادها مجمل الجهود المبذولة لحسن تصريف وتسيير شؤون المجتمع، ما يجعل منها أحد أكثر أوجه النشاط الاجتماعي ضبطا ودقة والتزاما وإلزاما بالقواعد العامة المستحدثة لغرض حسن تنظيم المجتمع وضبط العلاقات القائمة فيه. وعليه أمكن القول أن العلاقة بين المجتمع والسياسة متكاملة ومتلازمة إذ لا وجود لمجتمع من دون سياسة وإلا سنكون أمام مجموعة بشرية تحتكم لقانون الغاب في تحديد وإقامة وتنظيم العلاقات بين أفرادها، ولا وجود لسياسة من دون مجتمع لأننا بذاك لن نكون إلا أمام مجرد أفكار طوباوية حالمة تفتقد إلى أرضية تجسيدها وتمثيلها على الواقع.

يجسد موضوع السلطة أوجه وأشكال الممارسة السياسية في المجتمع على اعتبار أنها هي من تحدد قواعد الممارسة السياسية وتسهر على حسن احترامها وفقا لمجموعة من الضوابط الشرعية والمعايير المشروعة، فمن خلال دراسة السلطة تبرز مختلف متعلقات الممارسة السياسية من أوجه ممارسة السلطة وطرق الوصول إليها وآليات ممارستها وعلاقاتها بشركاء الحكم وقوى المعارضة وفعاليات المجتمع المدني وأطراف المجتمع الدولي...

على ضوء هذا السياق المترابط القائم على التكامل والتلازم الوثيق بين المجتمع والسياسة، يبرز الأمن كعنصر مشترك يزيد من أواصر الصلة بين الاثنين بصفته

هدف المجتمع والسلطة على حد سواء فهو الضامن لبقائهما، بل ويعد أحد الأسباب والدوافع الجوهرية لضرورة انتقال المجتمع من الحياة البدائية التقليدية إلى حياة أكثر تنظيما كتعبير عن الحاجة إلى إيجاد إطار عيش يحفظ حقوق الأفراد والجماعة في جو من التوفيق بين صفتي الاجتماع والأنانية التي فُطِر عليها الإنسان.

فالأمن في أبسط معانيه ?ومن دون الغوص في بيان النظريات والمقاربات المفسرة له، وتتبع مسار تطور وبيان مختلف مستوياته- هو شعور الفرد بالطمأنينة وعدم الخوف والشعور بالثقة... وغيرها من القيم التي تعكس حالة الانشراح والانبساط النفسي والسلامة والاستقرار، وهي كلها معان ذات صلة وارتباط وثيق بحياة الإنسان في أبسط معانيها، ما يبرّر سعيه الطبيعي واندفاعه الغريزي لتحصيل الأمن وتحقيقه من دون حتى التفكير التجريدي والتمعن الفلسفي في مفهومه.

باستحضار ظروف نشأة الدولة في أبسط دلالاتها وصور تجسيدها نجد أنها ما قامت إلا لحفظ حقوق الأفراد في المجتمع ومن خلالهم تأمين بقاء المجتمع وضمان تماسكه بتوفير ظروف وأسباب الاطمئنان والراحة، ما أمكن معه القول أن توفير الأمن والحفاظ عليه هو السبب الرئيسي لقيام الدولة كتعبير عن حاجة المجتمع لإيجاد سلطة تضبط العلاقات الاجتماعية بما يحفظ توازن المجتمع ويصون بقاءه.

أما الإعلام وانطلاقا من اعتباره وظيفة اجتماعية حيوية "الإعلام عملية اجتماعية ذات طابع دينامي نظار لاحتوائه مجموعة من العناصر... تقوم بدور هام في المجال التربوي والمعرفي نظرا لتأثيرها على بنية المجتمع وعناصره المكونة له" (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1403 هـ: 77)، وتبعا لما له من دور كبير في بلورة الإجماع المجتمعي وصنع الرأي العام والتأثير فيه توجيهه، وما له من قدرة على توجيه أنظار الجموع والحشود إلى مسائل بعينها وكذا قدرته على صرف الأنظار عن أخرى قد تكون على قدر أكبر من الأهمية، فإن السلطة كثيرا ما تستعمل الإعلام بل وكثير من أوجه الممارسات السلطوية (الشمولية والدكتاتورية بالأساس) من يسعى إلى احتكاره وتوجيهه بطرائق تفتقر إلى الموضوعية، باحتكار قنوات ومؤسسات التعبير عن الرأي وغلق الباب أمام الرأي الآخر.

أهمية الإعلام في المجتمع وأوجه استعمالاته من طرف السلطة، يجعل منه

وسيلة تتحدد قيمتها البناءة أو الهدامة من الغرض من استعمالها إذ كثيرا ما جعلت منه الممارسة الاجتماعية و/أو السياسية منه آلية لتهديد الأمن نتيجة التوجيه الإعلامي غير الموضوعي، وما ينتجه من أعراض أساسية وأخرى جانبية أمكن وصفها على أنها تهدد أمن المجتمعات والأوطان، ومن أوجه ذلك ما أشار إليه "الدكتور حمزة بن أحمد بيت المال" في كتابه "الإعلام الأمني والأمن الإعلامي" بقوله (1423 هـ- 2002 م: 26):

" . . . شيوع الاعتقاد لدى العامة والمتخصصين أن التأثيرت التراكمية لمضمون الوسائل الترفيهية الذي يركز على الإثارة واستخدام الجرائم كأحد عوامل التشويق في المحتوى، هو الذي أفرز الخلل الأمني الذي تشهده المجتمعات في العصر الحديث. بل إن البعض يذهب أبعد من هذا بربطها سببيا بالإعلام، فالإعلام من هذاالمنطلق متهم بأنه مسبب ومطالب بأن يقوم بدور المعالج" .

لضرورة الحفاظ على دور الإعلام كمفعل للوعي الأمني بدلا من أن يكون مهددا للأمن، جرى استحداث وجه متخصص من الإعلام يهتم حضريا وأساسا بالمسائل الأمنية وما يدور في فلكها اصطاح على تسميته بـ"الإعلام الأمني" .

الإعلام الأمني وضرورات تفعيل الوعي الأمني

يعتبر الإعلام الأمني أحد أوجه الإعلام المتخصص الأخرى كالإعلام السياسي، والاقتصادي، والصحي، والرياضي، والبيئي. . . جاء ظهوره كحقل إعلامي متخصص في سياق مسايرة مسار التخصص الذي اتخذه الإعلام كمجال عام.

تعود البدايات الأولى لاستعمال مصطلح "الإعلام الأمني" برأي "الدكتور محمد قظام السرحان" إلى سنة 1980 أين استحدثه الباحث "علي بن فايز الجحني" في أطروحته المقدمة لنيل شهادة الماجستير. ما اعتُبر ?برأيه- أول من استعمل مصطلح "الإعلام الأمني"، الذي حدده بمجموع ما يصدر عن أجهزة الأمن من مجلات ونشريات وبرامج وغيرها من أشكال الأنشطة الإعلامية الهادفة إلى تحقيق الوعي الاجتماعي وشحذه ضد كل أشكال الجريمة (السرحان، 1422 هـ-

2001 م: 62)، إلا أنه من نافلة القول الإشارة إلى أن تأخر الاستعمال الاصطلاحي المباشر لم يكن يعني غياب الاهتمام بالجوانب والأخبار الأمنية في مجال الإعلام. إذ تكفي الإشارة إلى مختلف أوجه استعمالات الإعلام في الحروب والأزمات للتنبيه إلى الأخطار وشحذ الهمم.

تعددت التعاريف الاصطلاحية التي قدمت للإعلام الأمني، من بين أهمها يمكن الإشارة إلى تعريف "الدكتور حمزة بن أحمد بيت المال" الذي اعتبره فيه "فرعا من فروع الإعلام المتخصص، نشأ في الأصل نتيجة إلى الحاجة إلى حرفيين متخصصين في إعداد رسائل توعوية ذات تأثير عالمي في المجال الأمني" (بيت المال، 1423 هـ- 2002 م: 26)، وتعريف "الدكتور محمود قظام السرحان" الذي عرفه فيه على أنه: "المعلومات الكاملة الجديدة والهامة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق والأوضاع والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره" (السرحان، 1422 هـ- 2001 م: 63)، والتعريف الذي قدمه "الأستاذ الدكتور علي عجوة": "يشمل الإعلام الأمني المعلومات الكاملة والجديدة والهامة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق والأوضاع والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره" (عجوة، 1423 هـ- 2002 م: 15).

والتعريف الذي جاء فيه أنه عبارة عن "مجموعة العمليات المتكاملة التي تقوم بها أجهزة ووسائل الإعلام المتخصصة من أجل تحقيق أكبر قدر من التوازن الاجتماعي بغية المحافظة على أمن الفرد وسلامته وسلامة الجماعة والمجتمع" (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1403 هـ: 83).

اتفقت التعاريف المقدمة وغيرها ممّا لم يتسع المقام لذكره، على اعتبار أن الإعلام الأمني يتجاوز نقل المعلومات وبث الأخبار الأمنية، إلى المساهمة في بناء وعي مجتمعي أمني بتحسيس المجتمع من شتى الأخطار الأمنية التي تهدده وتتربص بأمن وطنه.

ويسعى إلى بث الحماسة المعنوية في نفوس المتلقين للرسائل الإعلامية بما من شأنه المساهمة في بناء أمني متكامل تتداخل فيه المؤسسات الأمنية الرسمية بغيرها من الفواعل السياسية والاجتماعية لتشمل كل أفراد المجتمع (الجحني، 1431 هـ- 2010 م: 336).

"إن التوعية الأمنية قد نالت اهتماما لا بأس به من قائمة اهتمامات الإعلام على المستوى القطري. . . من هنا فإنه لا يمكن أن نغفل الدور الذي يمكن أن يقدمه الإعلام الأمني في مجال التنشئة الاجتماعية السليمة، والتوعية بالأنظمة واللوائح. . . ما يساعد على دعم رسالة الأمن، ومعاونة أجهزته على أداء وظائفها داخل المجتمع، وهذا يدخل في نطاق أهداف الإعلام الأمني الوقائية، والتوعوية، والاجتماعية، والسياسية، والنفسية والثقافية".

ما أمكن معه تحديد ثلاث محاور أساسية يقوم عليها الإعلام الأمني هي:

- التوعية الأمنية.
- الإقناع بالسلوك الأمني.
- ضرورة التكامل بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية.

تحديات الإعلام الأمني في ظل أخطار الإرهاب

بات يمثل الإرهاب أحد أكثر التهديدات الأمنية خطرا إن لم يكن أكثرها خطورة على الإطلاق، وقد ظهر على هذه الصفة مع التحول الذي طال طبيعة الأخطار الأمنية التي تحولت من الصفة التماثلية ذات الطابع العسكري الصلب التقليدي (أين يتحدد

الأمن بحالات السلم وبانتفاء حالات الحرب وحالات وجود خطر عسكري أجنبي)، إلى صفة لاتماثلية قد تكون ذات طابع لين (المخدرات، الأمراض الفتاكة. . .) فالأمن لم يعد ينحصر تهديده ولا ترتيبات حمايته بتأمين الحدود الوطنية من أخطار القهر والعدوان التي قد تأتي من دولة أجنبية كما جاء في "دائرة المعارف البريطانية": "حماية الأمن من خطر القهر على يد دولة أجنبية" (The ox-ford English dictionnary, 1933: 37)، بل أصبح مهددا من طرف مجموعات لادولاتية يمثل الإرهاب أحد أهم مجسداتها.

مكمن الخصوصية الأكبر بالنسبة للإرهاب كمهدد أمني، هو غياب وجود تعريف جامع مانع للإرهاب ذلك أن تعريفه وتحديد أطرافه دائما ما يخضع لاعتبارات غير موضوعية وهو ما أشار إليه "الدكتور باسكال بونيفاس" بقوله:

"كيف نعرف الإرهاب؟!. . . باختصار يمكن القول بأن الإرهاب يعبر دائما عن الآخرين. . . لا أحد يصف نفسه بهذا الوصف، بينما كل واحد يرمي بذلك على خصومه" (Boniface, 2005: 124)، و"الدكتور "ميشيل وييوركا" بقوله:

" . . . في كلمة نختصر بها تعريف الإرهاب، يمكن القول بأنه إذا كنا إرهابيين فدائما في نظر الآخرين" (Chocquet, 2003: 75)، ما يعني بأن الإرهاب هو حكم تقييمي أكثر منه تقريري.

أمام هذه الخصوصية على الإعلام الأمني باعتباره يهتم بتفعيل الوعي الأمني والتحسيس إلى الأخطار الأمنية والتنبيه منها، أن يهتم اهتماما خاصا بخطر الإرهاب وأن يجتهد ما أمكنه لأن يكون موضوعيا في الطرح ودقيقا في التحديد ومباشرا في تسمية الجماعات الإرهابية وتوصيف الإرهابيين.

أمام هذه الرهانات التي لا تقل أهمية على المواجهة الميدانية للجماعات الإرهابية وجب على منظومة الإعلام الأمني في الوطن العربي والعالم الإسلامي بصفة خاصة أن ترفع التحديات الأساسية التالية (عسيري، 1427 هـ- 2006 م: 31):

مكافحة الإرهاب الداخلي ببيان خطورته، والتحذير من الوقوع في شبكاته، والتنبيه إلى الأخطار الخفية من ممارسته وكشف وسائل وأساليب الجماعات الإرهابية المعتمدة للتعبئة والتجنيد والإيقاع بالشباب خاصة في شراكها.

بناء منظومة إعلامية أمنية على قدر من القوة في الإقناع والاستدلال، وعلى درجة من الاحترافية العالية ما يجعلها في مستوى الند في معالجة القضايا الإرهابية العالمية مع وسائل الإعلام العالمية التي تربط الخطر الإرهابي بأصول عربية وإسلامية وصلت حد المطابقة التامة بين الإرهاب والإسلام.

مسارات تطور ظاهرة الإرهاب في الجزائر وآليات مكافحتها

1. تعريف الإرهاب على ضوء المنظومة القانونية الجزائرية:

يلاحظ ارتباط تعريف الإرهاب وتحديد نطاق أعماله وفق الطرح الرسمي الجزائري على ربطه بالتخريب، فقد قُدّما على أنهما مترادفين بدليل استعمال حرف التخيير "أو" حين استعراض ذلك في مختلف القوانين التي جاءت موسومة بـ: مكافحة التخريب.

بحكم استنتاج التعريف الجزائري للإرهاب واستنباطه من نصوص قانونية، فمن الطبيعي أن يكون تقديمه على شكل إجرائي ومعياري فالأدبيات القانونية أقرب ما تكون للتعبير التقني منه إلى العمق الفلسفي والتعبير الأكاديمي الذي يعتمد الشرح ويسهب في إيصال المعنى. جاء في "المادة الأولى" من "المرسوم التشريعي رقم 92.03 المتعلق بمكافحة التخريب والإرهاب" بأنه "يعتبر عملا تخريبيا أو إرهابيا... كل مخالفة تستهدف أمن الدولة والسلامة الترابية واستقرار المؤسسات وسيرها العادي" (مرسوم تشريعي رقم 03-92، 02 أكتوبر 1992: 1817).

وقد شمل نطاق الأفعال الممكن إدراجها في خانة "الأعمال التخريبية أو الإرهابية" كل ما من شأنه إلحاق الرعب وبثه، والمساس بأمن الأشخاص والمؤسسات والممتلكات ويعرقل السير الحسن للسلطات العمومية. دفع اتساع رقعة الأعمال الإرهابية (أو التخريبية) إلى تعديل قانون العقوبات سنة 1995 ليتسع ليشمل تهديد الوحدة الوطنية، فتضمنت "المادة 87 مكرر" منه: "يعتبر فعلا إرهابيا أو تخريبيا... كل فعل يستهدف أمن الدولة والوحدة الوطنية والسلامة الترابية واستقرار المؤسسات وسيرها العادي..." (أمر رقم 95-11، 01 مارس 1995: 8). يظهر أن هذا التعديل القانوني جاء ليساير ويتماشى مع طبيعة الاعتداءات الإرهابية التي ابتدعتها الجماعات الإرهابية كانتهاكها حرمة المقابر ولاسيما نبش القبور (وبالأخص منها قبور شهداء الثورة التحريرية 1954-1962) وإلحاق الضرر بها، وهي الأفعال التي جرّمتها وعاقبت عليها التعديلات المدرجة.

2. محطات من بعض مسارات تطور النشاط الإرهابي:

على ما هو عليه "وقف المسار الانتخابي" بداية سنة 1992 كمنعرج حاسم في مسارات تطور ظاهرة الإرهاب في الجزائر، إلا أنه يمكن تعداد بعض أوجه استعمال العنف القائم على التطرف قبل ذلك، وهو ما يجعلنا نأخذ من "وقف المسار الانتخابي" محطة محورية لبيان مراحل تطور ظاهرة الإرهاب في الجزائر.

بعض مظاهر استعمال العنف قبل وقف المسار الانتخابي:

إجمالاً يمكن اختصار الإشارة إلى بعض محطات ومظاهر استعمال العنف في:

الحركة الإسلامية المسلحة: أسسها "مصطفى بويعلي" سنة 1982 تحت اسم "الحركة الإسلامية لمكافحة الشرور الاجتماعية"، حررت دليلا بعنوان: "النهي عن

المنكر" الذي اعتُبر أول بيانات الحركة (الشيخ، 1994: 28)، جمعت العديد من المؤمنين بانتهاج العمل المسلح لمواجهة النظام القائم وإسقاطه بدعوى خروجه عن تعاليم الدين الإسلامي ومبادئ الثورة التحريرية: "...استطاع مصطفى بويعلي أحد أبرز قواد الحركة الإسلامية المسلحة في الجزائر أن يوحد التيار الإسلامي الجزائري الذي يؤمن بالعمل المسلح والعمل الجهادي لإسقاط النظام الجزائري" (أبو زكريا، 1993: 15).

الاعتداء على المركز الحدودي "قمار" بولاية الوادي: بتاريخ 29 نوفمبر 1991 (Boumezbar, Djamila, 2002: 110)، وهي العملية التي أدانتها قيادة حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحلة بعد أن وجهت لها المؤسسة العسكرية الاتهام بتدبير الهجوم والوقوف من مراء عملية تنفيذه "وسارعت أوساط المؤسسة العسكرية إلى توجيه أصابع الاتهام إلى الجبهة الإسلامية وهو اتهام رفضته الأخيرة بقيادة حشاني الذي دان الاعتداء على العسكريين" (الطويل، 1998: 44).

ظهور الجماعات الإرهابية بعد وقف المسار الانتخابي

إجمالاً لما عرفته الجزائر من جماعات إرهابية يُذكر (بوكراع، 2003: 273-280)- (مقدم، 2002: 225)- (Boumezbar, Djamila, 2002: 145-165)

- الحركة الإسلامية المسلحة: تشكلت على أنقاض من بقي من مجموعة بويعلي (قدامى نشطاء الحركة الإسلامية المسلحة)، بدأت أولى بوادر إعادة بعث التنظيم أيام إضراب الجبهة الإسلامية للإنقاذ شهر جوان 1991. عقدت مؤتمرها التأسيسي في شهر فيفري 1992 بـ"منطقة الزبربر" بنواحي الأخضرية بولاية البويرة ليتم تعيين "عبد القادر شبوطي" أميرا لها.

- الجيش الإسلامي للإنقاذ: اعتُبِر الجناح المسلح لجبهة الإنقاذ، اتخذ من جبال "جيجل" مقرا لإمارته الوطنية التي عادت إلى "مدني مزراق" وامتدت نشاطاته إلى بعض مناطق وسط البلاد ولاسيما بمنطقتي البليدة والمدية... قبل أن يقرر وضع السلاح سنة 1997 ليستفيد أعضاؤه من إجراءات قانون الرحمة.

- الجبهة الإسلامية للجهاد المسلح: تأسست سنة 1993، وقد اعتُبِرَت جماعة نخبوية زاوجت بين الانتقائية في التجنيد واختيار الأهداف. سعت إلى استهداف

الشخصيات المثقفة والعمومية لتحقيق أكبر صدى إعلامي ممكن خاصة وقد ركزت على العاصمة كمنطقة أساسية للنشاط.

- الرابطة الإسلامية للدعوة والجهاد: أنشأها "علي بن حجر" أمير "كتيبة الوفاء" المنشقة عن "الجماعة الإسلامية المسلحة" بدعوى انحرافها عن مسار النهج الشرعي. تأسست بداية شهر فيفري 1997 لتضع السلاح أواخر شهر جانفي 2000 امتثالا لإجراءات قانون الوئام المدني.

- جماعة الهجرة والتكفير: أسسها بداية سنة 1992 "الجزائريون الأفغان" وكانت من أكثر الجماعات الإرهابية دموية.

- الجماعة الإسلامية المسلحة: اتخذت شعار -لا حوار- لا هدنة- لا صلح- محددا لتوجهها الدموي. أسسها "عبد الحق العيادة" في أكتوبر 1992 الذي جمع من حوله "الجزائريين الأفغان" وقدامى "الحركة الإسلامية المسلحة" وأنصار "جماعة الهجرة والتكفير"، قبل أن يتناوب على إمارتها من بعده أربعة أمراء وطنيين هم: "سيد أحمد مراد" المدعو "جعفر الأفغاني"، "الشريف قوسمي" المدعو "أبو عبد الله أحمد"، "جمال زيتوني" المدعو "أبو عبد الرحمن أمين"، و"عنتر الزوابري" المدعو "أبو طلحة".

عرفت الجزائر معها أبشع صور القتل والتنكيل الذي بلغ مداه مع سلسلة المجازر الجماعية التي هزت العديد من مناطق البلاد ومنها: بن طلحة والرايس وبني مسوس بالعاصمة، والرمكة وعين طارق بغليزان...

- الجماعة السلفية للدعوة والقتال: أسسها قياديون منشقون عن - الجماعة الإسلامية المسلحة - لرفضهم منحى الإبادة الجماعية للشعب الذي اتخذته الجماعة.

أعلن عن تأسيسها يوم 14 سبتمبر 1998، لتسند إمارتها الوطنية الأولى إلى "حسان حطاب" المدعو "أبو حمزة" قبل أن يتناوب على قيادتها من بعده أربعة أمراء هم: "عبد الحميد ديشو" المدعو "أبو مصعب"، "نبيل صحراوي"، "عبد الحميد سعداوي" المدعو "أبو الهيثم"، و"عبد الملك درودكال" المدعو "عبد الودود" الذي امتدت فترة إمارته إلى غاية جانفي 2007

تاريخ الإعلان عن التحول بـ"الجماعة السلفية للدعوة والقتال" إلى "تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي".

- تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي: مكّن تودد "الجماعة السلفية للدعوة والقتال" من"تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين" من حصولها على تزكية أميرها "أبو مصعب الزرقاوي" الذي أوصى بها لدى قيادات "تنظيم القاعدة" شهر سبتمبر 2005 لأن تكون ذراع التنظيم في شمال إفريقيا (Durand, 2011: 31)، وهو ما تم بعد أن تم ترسيم قرار ذلك على مرحلتين أساسيتين:

- إعلان "الظواهري" بتاريخ 11 سبتمبر 2006 في تسجيل مصور قبول "تنظيم القاعدة" احتضان "الجماعة السلفية للدعوة والقتال" (Giudielli, 2007: 15)
- إعلان "عبد المالك دروكدال" بتاريخ 24 جانفي 2007 عن التغيير الرسمي لاسم "الجماعة السلفية للدعوة والقتال" التي جرى حلها وتحويل إسمها إلى "تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي".

3- الأطر القانونية والسياسية لمسارات تطور آليات مكافحة الإرهاب

يمكن التمييز بين ثلاث محاور أساسية للمنظومة القانونية المنظمة لأطر مكافحة الإرهاب في الجزائر، هي:

- **قانون الطوارئ:**

تم إقرار حالة الطوارئ بتاريخ 09 فيفري 1992 لمدة سنة (مرسوم رئاسي رقم 92-44، 9 فبراير 1992: 285)، قبل أن تمدد بتاريخ 06 فيفري 1993 من دون أي إشارة إلى المدة التي مُدّت إليها إذ جاء في "المادة الأولى" من المرسوم التشريعي رقم 93-02 المتضمن تمديد مدة حالة الطوارئ: "تمدد حالة الطوارئ المعلنة في المرسوم الرئاسي 92-44 المؤرخ في 5 شعبان عام 1412 الموافق 9 فبراير سنة 1992" (مرسوم تشريعي رقم 93-02، 07 فبراير 1993: 5)، ليمتد العمل بها لمدة 19 سنة إذ أنها لم ترفع إلا بتاريخ 23 فيفري 2011 (أمر رقم 11-01، 23 فبراير 2011).

تم في إطار العمل بأحكام حالة الطوارئ سن عدد من النصوص القانونية لغرض تكييف عمل المؤسسة العسكرية والمؤسسات الأمنية (الجيش الوطني الشعبي، الأمن الوطني، الدرك الوطني...)، والإدارية (الولاة، المجالس المحلية المنتخبة

المحلة والمعوضة بمندوبيات تنفيذية بلدية. . .)، والقضائية (توسيع نطاق الاختصاص الموضوعي للمحاكم العسكرية، إنشاء محاكم خاصة للنظر في الجرائم الإرهابية، تكييف إجراءات البحث والتحقيق. . .) بما يتلاءم ومستلزمات مكافحة الإرهاب التي انتهجت فيها السلطة سياسة الكل أمني قبل تغيير التوجه بالجمع بين صلابة السياسة الأمنية ومرونة سياسات الحوار والتسامح التي بدأ مسارها بسن قانون الرحمة سنة 2005، واستُكمل بسياسة المصالحة الوطنية سنة 2006 مرورا بمحطة الوئام المدني سنة 1999.

- ميثاق السلم والمصالحة الوطنية:

عبرت المصالحة الوطنية المستفتى على ميثاقها بتاريخ 29 سبتمبر 2005 بموافقة ما نسبته: 97. 38٪ من مجموع الناخبين، عن رغبة الشعب الجزائري في ضرورة تجاوز محنة الإرهاب الذي وصلت بعض التقديرات إلى تحديد ضحاياه بـ"200.000 قتيل، و15.000 مفقود، و1.500.000 مُرّحل وتارك لموطن سكنه وإقامته منذ سنة 1992" (Peyroulou, 2006/6: 6) على المستوى الميداني مكّن انتهاج سياسة المصالحة الوطنية من:

1- دحر الإرهاب بتجريده من كل حجة لبقائه، بعد أن رفضه الشعب الجزائري وعبر عن رغبته في تجاوزه.

2- تمكين مصالح الأمن من إعداد قاعدة بيانات ثرية ومحينة عن التنظيمات الإرهابية نتيجة المعلومات المحصلة من التائبين من الجماعات الإرهابية.

3- تفكك الجماعات الإرهابية من الداخل بعد أن وقفت قياداتها عاجزة عن الوقوف ضد الإجراءات المغرية التي قدمها "الميثاق" للتائبين من أفرادها.

- قوانين ما بعد رفع حالة الطوارئ:

بعد قرار رفع حالة الطوارئ باتت تستند مكافحة الإرهاب إلى النصوص القانونية الأساسية التالية:

الأمر 95-11 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الذي تضمن "القسم الرابع مكرر" منه: "الجرائم الموصوفة بأفعال إرهابية أو تخريبية" (أمر رقم 95-11، 01 مارس 1995)، والذي عوض المرسوم التشريعي 93-05 المعدل والمتمم للمرسوم

التشريعي 92-03 المتعلق بمكافحة التخريب والإرهاب (مرسوم تشريعي رقم 93-05، 25 أبريل 1993).

القانون 01-08 المعدل والمتمم للأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الذي أعاد النظر في الضوابط القضائية الإجرائية (ضوابط التفتيش، إجراءات التوقيف الاحتياطي للمشتبه فيهم على ذمة التحقيق، مُدَد الحبس الاحتياطي...) فيما يتعلق بالتحقيق في القضايا الإرهابية (قانون رقم 01-08، 27 يونيو 2001).

القانون 05-01 المتعلق بالوقاية من تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتهما (القانون رقم 05-01، 9 فبراير 2005).

الأمر رقم 11-03 المعدل والمتمم للقانون رقم 91-23 المتعلق بمساهمة الجيش الوطني الشعبي في مهام حماية الأمن العمومي خارج الحالات الاستثنائية (أمر رقم 11-03، 23 فبراير 2011: 5).

المرسوم الرئاسي رقم 11-90 المتعلق باستخدام وتجنيد الجيش الوطني الشعبي في إطار مكافحة الإرهاب (مرسوم رئاسي رقم 11-90، 23 فبراير سنة 2011: 6).

التعامل الإعلامي مع ظاهرة الإرهاب في الجزائر

1. المنظومة القانونية والتنظيم الهيكلي للإعلام في الجزائر:

نصّت دساتير الجزائر المتوالية -بصفتها تشكل أعلى قمة هرم المنظومة القانونية الجزائرية- على الحق في الإعلام وجعلت منه حقا دستوريا وإن لم تصغه بهذه التسمية. فقد نصّت "المادة 19" من "دستور 1963" على: "الجمهورية تضمن حرية الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام، الحرية الجمعوية، حرية الرأي والتدخل العمومي والحق في الاجتماع"، وجاء في "المادة 55" من "دستور 1976": "حرية التعبير والاجتماع مضمونة، ولا يمكن التذرع بها لضرب أسس الثورة الاشتراكية. تمارس هذه الحرية مع مراعاة أحكام المادة 73 من الدستور" (أمر رقم 76-97، 24 نوفمبر 1976: 1303). وتضمنت "المادة 39" من "دستور 1989": "حريات التعبير، وإنشاء الجمعيات، والاجتماع، مضمونة للمواطن" (مرسوم رئاسي رقم 89-18، 01 مارس 1989: 239)، وهي الصياغة نفسها التي احتفظ بها "دستور

1996" وإن وردت المادة التي تضمنتها تحت رقم "المادة 41" (مرسوم رئاسي رقم 96-438، 08 ديسمبر 1996: 12). ما يؤشر على اعتبار الإعلام حقا مضمونا لكل مواطن جزائري، على أن تتم ممارسته وفق الضوابط القانونية والتنظيمية التي على التشريعات والقوانين أن تتضمنها وتحددها وهو ما جاءت في سياقه قوانين الإعلام الأساسية الممكن الإشارة إليها في:

- القانون رقم 90-07 المؤرخ في 8 رمضان عام 1410 الموافق 3 أبريل سنة 1990 المتعلق بالإعلام.
- القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام.

أما عن التنظيم الهيكلي للمنظومة الإعلامية في الجزائر فيمكن عرضها باعتماد تصنيفين أساسيين هما:

حسب التخصص: ما يمكن التمييز فيه بين ثلاثة أنواع أساسية من أوجه الإعلام:

- الإعلام الرسمي الممثل في وكالة الأنباء الجزائرية.
- الإعلام المكتوب المتمثل أساسا في الصحف والجرائد.
- الإعلام المسموع المتمثل في الإذاعات.
- الإعلام السمعي البصري المتمثل في التلفزيون.

حسب قطاع التبعية: ما يمكن التمييز فيه بين نوعين أساسيين من أوجه الإعلام:

- الإعلام العام التابع للقطاع العمومي، وهو ما نجد فيه بعض العناوين الصحفية العمومية، وكل الإذاعات الوطنية والجهوية والمحلية، وبعض القنوات التلفزيونية.

- الإعلام الخاص الذي ظهر وازدهر بعد إقرار التعددية السياسية في دستور 1989 التي ما كانت لتستقيم من دون أن ترافقها تعددية إعلامية، فجرى في هذا الشأن اعتماد العناوين الصحفية الخاصة، ويحري التوجه لاعتماد بعض القنوات الخاصة التي بدأت في البث والنشاط قبل استصدار قانون السمعي بصري قيد المناقشة في البرلمان.

2. واقع الإعلام الأمني في الجزائر:

إلى ما قبل ظهور الإرهاب لم يكن هناك إعلام مختص حصريا بالمسائل الأمنية في الجزائر، ذلك أن الجزائر كانت تنعم بالأمن والاستقرار فكان الإعلام الممكن إدراجه تحت خانة الأمني متضَّمنًا في المنظومة الإعلامية العامة التي كانت تقوم بتغطية ومعالجة المسائل الأمنية تبعا لمقتضيات الحاجة إلى ذلك.

ما أمكن القول معه أن بروز الإعلام الأمني في الجزائر كان نتيجة ظهور الإرهاب الذي شكل مهددا أمنيا استهدف الدولة والمجتمع على حد سواء ما استلزم ضرورة استعمال الإعلام في استراتيجية مكافحته، وهو السياق الذي رافق زمنيا توجه الجزائر نحو تكريس الممارسة الإعلامية التعددية ما كان يشكل رهانا حقيقيا بشأن القدرة على المزاوجة بين التوجه الإعلامي التعددي والتنافسي والمتنوع قطاعات التبعية، وبين مقتضيات الحاجة الإعلامية الأمنية.

سيجري إبراز معالم الإعلام الأمني في الجزائر من خلال ما يلي:

التحسيس والتوعية الأمنية:

شكّل الإعلام أداة لتحقيق بعض جوانب الاستراتيجية الأمنية متعددة الجوانب متكاملة الأهداف المعتمدة في مكافحة الإرهاب، والتي ارتكزت على عدة مستويات منها ما هو قانوني (المنظومة القانونية المحددة للأطر القانونية لمقتضيات مكافحة الإرهاب...)، وما هو سياسي (بعض مبادرات ومسارات الحوار الوطني كندوة الوفاق الوطني، وجولات الحوار الوطني، والتوجه نحو استراتيجية سياسية أكثر منها مجرد عملياتية أمنية...)، وما هو ميداني عملياتي (المكافحة الميدانية للجماعات الإرهابية في المدن والجبال والصحراء...)، وما هو إعلامي ما سيجري بيان بعض أوجه استخدامات الإعلام في التحسيس والتوعية الأمنية في ما يلي:

- إبراز مخاطر الإرهاب وما يخلفه من مآسي اجتماعية واقتصادية ذات أثر مباشر على حاضر المواطن ومستقبل الوطن.

- التنبيه إلى المغالطة الإسلاموية التي أريد أن يُلّف بها العمل الإرهابي، والتي تسعى إلى تصوير الفعل الإرهابي على أنه جهاد ديني مقدس. فجرى بث حصص

دينية وتمرير خطابات لدعاة ورجال دين من مختلف الدول الإسلامية لإبعاد صفة الجهاد عن العمل الإرهابي في الجزائر.

- بث تصريحات واعترافات لإرهابيين متورطين في قضايا إرهابية خلفت صدى إعلامي وامتعاض اجتماعي واسع مثل ما حدث مع تفجير مطار الجزائر الدولي هواري بومدين صيف سنة 1992.
- التوعية بضرورة التعاون الأمني في إطار ما اصطلح بتسميته "الحس المدني للمواطنين"، بحث المواطنين على الإبلاغ عن أي أشخاص أو تصرفات مشبوهة اشتبه في أنها قد تشكل تهديدا إرهابيا وهذا بوضع أرقام هواتف خضراء للتبليغ والتعاون الأمني في كل حالات الاشتباه الإرهابي.
- تثمين عمل وجهد قوى الأمن المختلفة بمساعيها الميدانية في مكافحة الإرهاب.
- تثمين جهود المواطنين المنخرطين في صفوف السلك الأمني المستحدث سنة 1994 "الحرس البلدي"، وغيرهم من المواطنين المنضوين في فرق المقاومة وفرق الدفاع الشرعي التي مكنت العديد من الأهالي من العودة إلى قراهم المهجورة بفعل التهديد الإرهابي.

الإرهاب في الخطاب الإعلامي الرسمي:

تراوح وصف العمليات الإرهابية في الخطاب الإعلامي الرسمي على تعدد مستوياته ومصادره من مسؤولين سياسيين (مدنيين)، أو ميدانيين (عسكريين) بين الإرهاب والإجرام، وتنوع وصف فاعليه بـ:الإرهابيين، والمجرمين، والخونة، والمرتزقة، والدمويين، وبقايا الإرهاب... من دون تسمية الجماعات الإرهابية النشطة بالتسميات المتنوعة والمتعددة التي اتخذتها لنفسها منذ بداية النشاط الإرهابي المهيكل (Benchiba, 2/2009: 345).

لم يصاحب ظهور "تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي" تغيير موقف السلطات الجزائرية من التعامل الإعلامي مع موضوع الجماعات الإرهابية التي دأبت على عدم تسميتها بالتسميات التي اتخذتها هذه الجماعات لنفسها، فلم تعترف السلطات الرسمية بوجود هذا التنظيم الناشئ بداية سنة 2007 كما يُقرأ من تصريح

"وزير الداخلية السابق: نور الدين يزيد زرهوني": ""القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي" تسمية اخترعتها بعض الصحف الجزائرية..." (Benchiba, 2/2009: 345)

يمكن رد طريقة التعامل الرسمي للسلطة مع الجماعات الإرهابية في الجزائر إلى اعتبارين أساسيين:

- تعمد تجاهل الجماعات الإرهابية إعلاميا، لما قد يعطى لذلك من تأويل بأنه اعتراف بوجودها، ما سيعطيها وجها من أوجه ما تَبحث عنه من شرعية برواج اسمها وتداوله على الصعيد الرسمي.

- تجاهل وجود "تنظيم القاعدة" لِما لهذا التنظيم الهلامي من رهانات وخلفيات استراتيجية عالمية.

قنوات تحصيل المعلومة الأمنية:

لئن كانت المنظومة القانونية الجزائرية قد اعتبرت الحق في الإعلام حقا دستوريا ما يعني أنه مصون ومضمون قانونا، فإن ما يستوجب الإشارة إليه هو التكبيل الفعلي لحق الصحفي (باعتباره القائم على إيصال المعلومة) في الوصول إلى مصدر المعلومة الأمنية التي تعتبر أساس الإعلام الأمني، وفي أمر الحصول عليها بجملة من الضوابط القانونية والتنظيمية.

من بين أمثلة النصوص القانونية التي تضمنت الإشارة إلى تكبيل ممارسة الحق في الإعلام عموما ومنه الإعلام الأمني خصوصا انطلاقا من أن العام يقيد الخاص، ما سبق لدستور 1976 وأن حدده في "المادة 73" منه التي جاء فيها: "يحدد القانون شروط إسقاط الحقوق والحريات الأساسية لكل من يستعملها قصد المساس بالدستور، أو بالمصالح الرئيسية للمجموعة الوطنية، أو بوحدة الشعب والتراب الوطني، أو بالأمن الداخلي والخارجي للدولة، أو بالثورة الاشتراكية".

وكان قد سبق للمادة 55 منه التي تضمنت الحق في الإعلام أن ربطت ممارسة هذا الحق بما لا يتعارض مع ما جاء في المادة 73 من الدستور.

وما يلاحظ على هذه المادة الدستورية أنه لم يتحدد فيها بدقة أوجه ولا عوارض ولا محددات المساس بالضوابط المحددة فيها ما يجعلها مطلقة يعود أمر

تحديدها إلى السلطة التقديرية للمسؤول على المعلومة أكثر منها إلى سلطة تقريرية مضبوطة ودقيقة، ما قد يضيق من آفاق ممارسة الحق في الإعلام بدعوى المساس بالمحددات المتضمنة في الدستور من دون أن يكون فعليا كذلك.

وما تضمنته "المادة 36" من "القانون 90-07 المتضمن قانون الإعلام" التي جاء فيها: "حق الوصول إلى مصادر الخبر لا يجيز للصحافي أن ينشر أو يفشي المعلومات التي من طبيعتها أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة أو أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا أو ديبلوماسيا. . . . تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام"

فعلى الرغم من أن المادة أحالت ضبط هذه الآليات على التنظيم، إلا أنه لم يصدر أي نص تنظيمي (مرسوم رئاسي أو تنفيذي) يحدد ويضبط آليات وحدود ذلك ما جعلها خاضعة للسلطة التقديرية للسلطة العمومية أكثر منها لضوابط موضوعية ودقيقة " . . . تشدد المشرع الجزائري في تقييد حق الوصول للمعلومات، حيث أنه لم يضع أي تعريف محدد وواضح لمفهوم الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة" (مركز حماية حرية الصحفيين، 2005: 104).

لما كانت المعلومة الأمنية هي أساس الإعلام الأمني، ولما كان واقع الحال قد أبان عن تكبيل الصحفي وتضييق هامش تحركه وسعيه في تحصيل المعلومة الأمنية، فإن الواقع قد أثبت أن الصحفي الأمني (إن صح وصفه بهذه الصفة) لم يكن أكثر من ناقل للأخبار المتاحة رسميا أكثر منه صحفي محقق أو ناقد لما يدور في الشأن الأمني.

3. تقييم أداء وفعالية الإعلام الأمني في مواجهة الإرهاب:

على الرغم من معوقات ومكبلات الوصول إلى المعلومة الأمنية، والتوجه الرسمي للإعلام الأمني الذي جعل منه ذي أداء رسمي أكثر منه تفاعلي وتحاوري يقوم على الرأي والرأي الآخر، مع ما في ذلك من قدرة أكثر على الإقناع فإنه من الواجب الإشارة إلى التضحيات التي قدمها الإعلام الجزائري الذي قدم خيرة أبنائه ضحية للإرهاب الذي حاول باغتيالهم اغتيال الكلمة وإسكات الصوت الإعلامي.

ما يسجل إجمالا على أداء وفعالية الإعلام الأمني في مواجهة الإرهاب ما يلي:

- لا يمكن عزل التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب في الجزائر عن الإطار العام للظاهرة من جهة، ولا عن الإطار العام لاستراتيجيات مكافحة الإرهاب المعتمدة من طرف السلطات الجزائرية من جهة أخرى، ذلك أن التسيير الإعلامي ليس إلا جانبا من جملة من الجوانب المتكاملة والمتداخلة فيما بينها.
- اتسّم الإعلام الأمني بالطابع الرسمي (يمثل طرح السلطة وخطابها الرسمي) أكثر منه غير رسمي، وإن مورس من طرف قنوات غير رسمية (صحف خاصة...) غير أن احتكار المعلومة الأمنية جعل منه رهين ما هو متاح من معلومات.
- سعى الإعلام الأمني إلى التوجه إلى الرأي العام الوطني الداخلي أكثر من سعيه إلى مخاطبة الرأي العام الدولي الخارجي، ذلك أنه كان يسعى إلى تعبئة وتحسيس الجزائرين بمخاطر الإرهاب أكثر من توجهه إلى الرأي العام الدولي الذي جرى مخاطبته عبر الوسائل الدبلوماسية والقنوات الرسمية.

خاتمة

تناولت الدراسة موضوع التسيير الإعلامي لظاهرة الإرهاب في الجزائر، وهو ما تم بحثه ببيان تقديم نظري انطلق من إبراز جدلية التهديد الأمني وتفعيل الوعي الأمني انطلاقا من بيان أهمية الإعلام والأمن في المجتمع والسياسة، قبل الولوج إلى تناول الإعلام الأمني كجانب إعلامي متخصص بما يدور بالشؤون الأمنية التي جرى وصلها بالإرهاب كمهدد أمني أثبت الواقع جديه تهديداته وحقيقة خطورتها، ولا أدل على ذلك مما عايشته الجزائر في تسعينيات القرن العشرين من تجربة مريرة استطاعت تجاوز محنها بالاحتكام إلى الرشادة والعقلانية والمزج بين المرونة السياسية والشدة العملياتية في التعامل مع الجماعات المسلحة التي جرى عرض أهمها، قبل أن يجري بيان السياسة الإعلامية المنتهجة في مكافحة الإرهاب والتي لا يمكن عزلها عن سياق الاستراتيجيات العامة لمكافحة الإرهاب المعتمدة، فلم يكن الإعلام الأمني بذلك إلا واجهة وتسويقا وتكملة لغيره من السياسات الأمنية المنتهجة في سياق مكافحة الإرهاب في الجزائر.

ما نخلص إليه في ختام المداخلة هو أن الجزائر مرت بتجربة متميزة في مكافحة الإرهاب، وقد حاولت بقدر إمكاناتها أن تصيغ سياسة إعلامية أمنية في مستوى غيرها من السياسات الأمنية المنتهجة في سياق مكافحة الإرهاب، غير أن تركيزها على الجانب العملي السياسي والميداني قد غطى على سياستها الإعلامية الداخلية لتركيزها بالأساس على القيام بجهود دبلوماسية رسمية على التركيز على العمل الإعلامي الهادف إلى بلورة رأي عام دولي بشأن حقيقة ما يدور على الساحة الأمنية في الجزائر، فسياستها الأمنية الإعلامية كانت موجهة للساحة الوطنية الداخلية أكثر منها إلى الصعيد الدولي الخارجي.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05-01 مؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 الموافق 6 فبراير سنة 2005، يتعلق بالوقاية من تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتهما. الجريدة الرسمية، العدد: 11، الصادرة بتاريخ 09 فبراير سنة 2005.

------------------------------، أمر رقم 76-97 مؤرخ في 30 ذي القعدة عام 1396 الموافق 22 نوفمبر سنة 1976 يتضمن إصدار دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. الجريدة الرسمية، العدد: 94، الصادرة بتاريخ 24 نوفمبر سنة 1976.

------------------------------، أمر رقم 95-11 مؤرخ في 25 رمضان عام 1415 الموافق 25 فبراير سنة 1995 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات. الجريدة الرسمية، العدد: 11، الصادرة بتاريخ 01 مارس سنة 1995.

------------------------------، أمر رقم 11-03 مؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1432 الموافق 23 فبراير سنة 2011، يعدل ويتمم القانون رقم 91-23 المؤرخ في 29 جمادى الأولى عام 1412 الموافق 6 ديسمبر سنة 1991 والمتعلق بمساهمة الجيش الوطني الشعبي في مهام حماية الأمن العمومي خارج الحالات الاستثنائية. الجريدة الرسمية، العدد: 12، الصادرة بتاريخ 23 فبراير سنة 2011.

------------------------------، أمر رقم 11-10 مؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1432 الموافق 23 فبراير سنة 2011 يتضمن رفع حالة الطوارئ. الجريدة الرسمية، العدد: 12، الصادرة بتاريخ 23 فبراير سنة 2011.

------------------------------، مرسوم تشريعي رقم 92-03 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1413 الموافق 30 سبتمبر سنة 1992 المتعلق بمكافحة التخريب والإرهاب. الجريدة الرسمية، العدد: 70 الصادرة بتاريخ 02 أكتوبر سنة 1992.

------------------------------، مرسوم تشريعي رقم 93-02 مؤرخ في 14 شعبان عام 1413 الموافق 6 فبراير سنة 1993 يتضمن تمديد مدة حالة الطوارئ. الجريدة الرسمية، العدد: 08، الصادرة بتاريخ 07 فبراير سنة 1993.

------------------------------، مرسوم تشريعي رقم 93-05 مؤرخ في 27 شوال عام 1413 الموافق 19 أبريل سنة 1993 يعدل ويتمم المرسوم التشريعي رقم

92-03 المؤرخ في 30 سبتمبر سنة 1992 والمتعلق بمكافحة التخريب والإرهاب. الجريدة الرسمية، العدد: 25، الصادرة بتاريخ 25 أبريل سنة 1993.

-------------------------------، مرسوم رئاسي رقم 89-18 مؤرخ في 22 رجب عام 1409 الموافق 28 فبراير سنة 1989 يتعلق بنشر نص تعديل الدستور الموافق عليه في استفتاء 23 فبراير سنة 1989 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. الجريدة الرسمية، العدد: 09، الصادرة بتاريخ 01 مارس سنة 1989.

-------------------------------، مرسوم رئاسي رقم 92-44 مؤرخ في 5 شعبان عام 1412 الموافق 9 فبراير سنة 1992 يتضمن إعلان حالة الطوارئ. الجريدة الرسمية، العدد: 10، الصادرة بتاريخ 09 فبراير سنة 1992.

-------------------------------، مرسوم رئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 26 رجب عام 1417 الموافق 7 ديسمبر سنة 1996 يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. الجريدة الرسمية، العدد: 76، الصادرة بتاريخ 08 ديسمبر سنة 1996.

-------------------------------، مرسوم رئاسي رقم 11-90 مؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1432 الموافق 23 فبراير سنة 2011، يتعلق باستخدام وتجنيد الجيش الوطني الشعبي في إطار مكافحة الإرهاب. الجريدة الرسمية، العدد: 12، الصادرة بتاريخ 23 فبراير سنة 2011.

ثانياً: المراجع

أبو زكريا، يحيى، (1993م)، الحركة الاسلامية المسلحة في الجزائر 1978-1993. بيروت: مؤسسة العارف للمطبوعات.

بوكراع، إلياس، (2003م)، الجزائر: الرعب المقدس. (ترجمة: خليل أحمد خليل). الجزائر- لبنان: ANEP-دار الفارابي.

بيت المال، حمزة بن أحمد، (1423هـ، 2002م)، "الإعلام الأمني والأمن الإعلامي". في كتاب: الإعلام الأمني: المشكلات والحلول. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، (1403 هـ)، "علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي". الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.

الجحني، علي بن فايز، (1431هـ، 2010م)، "تطور الإعلام الأمني واستراتيجياته". في كتاب: ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

السرحان، محمود قظام، (1422هـ، 2001م)، "الإعلام الأمني والشباب". في كتاب: الإعلام الأمني العربي: قضاياه ومشكلاته. الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.

الشيخ، يوسف محمد، (1994م)، أجنحة الإنقاذ: قصة جبهة الإنقاذ الجزائرية من الولادة إلى الاعتقال. بيروت: مؤسسة العارف للمطبوعات.

الطويل، كميل، (1998م)، الحركة الإسلامية المسلحة في الجزائر: من الإنقاذ إلى الجماعة. بيروت: دار النهار للنشر.

عجوة، علي، (1423هـ، 2002م)، "الإعلام الأمني: المفهوم والتعريف". في كتاب: الإعلام الأمني: المشكلات والحلول. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

عسيري، عبد الرحمان بن محمد، (1427هـ، 2006م)، "مهام الإعلام الأمني ووظائفه في المجتمعات العربية المعاصرة". في كتاب: الإعلام والأمن. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

مركز حماية وحرية الصحفيين، (2005م)، "أصوات مخنوقة: دراسة في التشريعات الإعلامية العربية: المغرب، الجزائر، تونس، لبنان، البحرين". الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين.

مقدم، محمد، (2002م)، الأفغان الجزائريون: من الجماعة إلى القاعدة. الجزائر: منشورات المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار.

Benchiba (Lakhdar), (2009/2), "Les mutations du terrorisme algérien ." Politique étrangère.

Boniface (Pascal), (2005), Vers la 4e guerre mondiale?. 2ème édition, Paris: Armond Colin.

Boumezbar (Abdelhamid), Djamila (Azine), (2002), L?islamisme algérien: de la genèse au terrorisme. Batna: Chihab éditions.

Chocquet (Christian), (2003), Terrorisme et criminalité organisée. Paris: l?Harmattan.

Durand (Gwendal), (2011), L?organisation d?Al-Qaida au Maghreb islamique: réalité ou manipulations?. Paris: L?Harmattan.

Giudicelli (Anne), (2007), Le risque anti-terrorisme. Paris: éditions de Seuil.

Peyroulou (Jean-Pierre), (2006/6), "Amnistie en Algérie: Quand le pouvoir se reconduit dans l?impunité ." Esprit.

The Oxford English dictionnary, (1933), Oxford: At the clarendon press.

11

البحث الحادي عشر

دور مواقع التواصل الاجتماعي
في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات
عن أحداث التغيير السياسي في مصر

د. عبد الصادق حسن عبد الصادق
معهد الجزيرة العالي للإعلام
جمهورية مصر العربية

ملخص:

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات عن أحداث التغيير السياسي في مصر، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي في مصر، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الاعتماد على عينة عمدية قوامها 278 مفردة من أفراد الجالية المصرية في مملكة البحرين، وقد استخدم الباحث منهج المسح من خلال الاستبيان للحصول على المعلومات اللازمة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها :

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لهم.

- عدم وجود علاقة بين تأثيرات اعتماد أفراد الجالية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

البحث الحادي عشر

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات عن أحداث التغيير السياسي في مصر

مقدمة

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني انعكس بدوره على استحداث وسائل إعلام جديدة غيّرت المعايير والضوابط والأجندة التي فرضتها وسائل الإعلام التقليدية من حيث تبادل المعلومات ونشرها واستطاعت الاستفادة من الثورة التقنية ومثلت أرقى ما توصلت إليه البشرية من تطور حضاري امتزجت فيه بكل وسائل الاتصال واندمجت معه، ولعل شبكة الإنترنت تمثل ذلك الامتزاج في أوضح صورة.

وقد قدمت شبكة الإنترنت البيئة اللازمة لظهور الإعلام الرقمي بشكل لم يكن متاحًا بالقوة والفاعلية نفسيهما، وقد استطاع نموذج الإعلام الرقمي على شبكة الإنترنت أن يتبنى نظامًا أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدِم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال، وهو ما برز بشكل واضح في وسائل التواصل الاجتماعي كـ Facebook &Twitter من حيث حرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات.

وبالتالي فلا نبالغ إذا قلنا إنّ أهم ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة New Me-diaهو التفاعلية والارتقاء بدور المستقبِل إلى مستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية، وإن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال المستحدثة تمثلت بالدرجة الأولى في تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المستقبِل مع عناصر العملية الإعلامية وتأثيره فيها.

وقد أفرزت الثورة الاتصالية بعض الظواهر منها ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية، أي بين المستقبِل والمرسل؛ حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المستقبِل متلقيًا سلبيًا بل يلعب دورًا إيجابيًا ومؤثرًا في الفعل الاتصالي، كما أصبح بمقدوره التحكم بالعملية الاتصالية من خلال عمليات الانتقاء والاختيار؛ ما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الاتصال، وهو ما يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كمًا وكيفًا.

وتمثل قضية التغيير السياسي واحدة من أهم القضايا المطروحة ساحة المجتمع المصري منذ بداية أحداث الثورة المصرية والفترة السابقة لها، وتواكب ذلك في ظهور العديد من وسائل الاعلام الغير حكومية وانتشار القنوات الفضائية الخاصة وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتي اسهمت بدور كبير في توعية الجماهير المصرية بصفة عامة والجاليات المصرية بصفة خاصة بالتغيرات السياسية المختلفة التي تواجه المجتمع المصري سواء على المستوى المحلي أو الاقليمي أو الدولي، وتحث المواطنين على المشاركة بفاعلية في العملية السياسية، والمساهمة في اختيارر‌ئيس الجمهورية والنواب والذين يقومون رد فعل المواطنين عن القضايا والمشاكل التي تهمهم.

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة للتعرف على اعتماد الجالية المصرية بمملكة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماته عن قضايا التغيير السياسي في مصر، والاعتماد عليه في تشكيل معارف واتجاهات الجالية المصرية نحوها نحوها.

مشكلة الدراسة

يعد مصطلح التغيير السياسي من أكثر المصطلحات شيوعاً في علوم السياسة والإعلام وفروع العلوم الأخرى، حيث أن هناك ثمة اتفاق متزايد بين الباحثين في إطار أدبيات النظرية الديمقراطية المعاصرة Theory The Democratic على لأهمية البالغة لدور وسائل الإعلام ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التوجهات الديمقراطية، تمثل التغيير السياسي التي هي جزء لا يتجزأ منها في المجتمعات المختلفة.

ومن هنا يؤكد الباحثون في مجال الإعلام والاتصال السياسي على أن التحول الديمقراطي في مجتمع ما من المجتمعات، يستلزم وسائل إعلام فعالة وقوية لها القدرة على تسليط الضوء على القضايا الخاصة بالتغيير السياسي على الساحة المصرية فضلاً، عن تعبئة الرأي العام، وصقل خبرته الديمقراطية، واختيار أضل الوسائل التي تؤدي لإحداث التغيير السياسي على الساحة المصرية. ومن ثم تعد ظواهر التغيير السياسي من الظواهر الأساسية الجديدة التي ارتبطت بالإصلاحات السياسية التي طرأت على النظام السياسي على الساحة المصرية بعد ثورتي 25 يناير 2011، 30 يونيو 2013.

وقد استخدم كل من الحكومة والأحزاب والمرشحين مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تفعيل المشاركة السياسية بكل ظواهرها، وطرح الرؤى التوجيهات السياسية من ناحية أخري، ومن هنا يثار التساؤل المعبر عن إشكالية هذه الدراسة:

هل استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تزيد من معلومات الجالية المصرية في مملكة البحرين عن أحداث التغيير السياسي على الساحة المصرية، ومدى اعتماده على هذه الوسائل من زيادة هذه المعلومات، وأهداف هذا الاعتماد، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على استخدام الجالية المصرية في مملكة البحرين لمواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة

- أهمية جمهور الجاليات المصرية ودورها في الحياة السياسية المصرية، وذلك بعد السماح لها بالتصويت في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية المصرية؛ وذلك للاقتراب من هذا القطاع المهم من الرأي العام ؛ بغية التعرف إلى تفضيلاتهم الاتصالية، كما أن تصويت الجاليات المصرية يعطي مؤشرات عن اتجاهاتها نحو التغيير السياسي والاجتماعي في مصر.

- تعد الدراسة اختباراً لفرضيات لمدخل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجالية المصرية في مملكة البحرين، وإبراز العلاقة بين هذا الاعتماد وتشكيل آرائهم واتجاهاتهم نحو أحداث التغيير السياسي في مصر والتأثيرات المترتبة من خلال

الاستخدام للمضامين المختلفة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر من مصادر المعلومات حول أحداث التغيير السياسي في مصر.

- تتناول هذه الدراسة أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية، حيث أنها تركز على استخدام الجالية المصرية في مملكة البحرين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر من مصادر المعلومات حول أحداث التغيير السياسي في مصر.

- فرضت وسائل الإعلام الجديدة نفسها علي الجمهور بما لديها من مميزات، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل أبرز مميزاتها التفاعلية التي تجعل من المتلقي صانع رسالة وتترك له ساحة من الحوار وإبداء الرأي، ولذا فإن أعداد مستخدمي هذه المواقع يتزايد بالدقيقة باستمرار، وخصوصاً من قبل الجاليات المصرية التي تريد أن تكون على اطلاع دائم بالأحداث المصرية، وخصوصاً ممن لا يسمح وقته بالاستخدام المستمر للقنوات الفضائية أو الصحف المصرية الورقية.

- تدعيم الاتجاه البحثي الذي تبلور في التسعينيات من القرن الماضي، والذي يتمثل في اعتماد الباحثين علي نظريات التأثير لوسائل الإعلام في اختبار الفروض واختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

الدراسات السابقة

1- دراسة بخيت 2013

سعت الدراسة إلى التعرف على تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الإجتماعية، وتهدف الدراسة من خلال تحليل إبستمولوجي تحاول هذه الدراسة إعادة النظر في التصورات النظرية المتعلقة بالمؤشرات التي يمكن أن تفيد في تقييم الأدوار السياسية للشبكات الاجتماعية، وذلك بإعتبار أن الطابع الجديد للشبكات الاجتماعية وطبيعة مضامينها، والتفاعلات التى تتم بين المستخدمين والجماعات التي تتشارك فيها، وأيضًا الإستخدامات المرتبطة بها، تتطلب مراجعة منهجية للمقتربات النظرية المتعلقة بأدوار ومكانة هذه الشبكات كوسائل إتصال، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : تغير طبيعة الاتصال واتجاهاته وطرقه ووسائله

ومستوياته وآثاره من نموذج لأخر، وإن تداخلت بعضها بين هذه النماذج، بيد أن الجديد أن النموذج المأمول من شبكات التواصل الاجتماعي أن تتخطي الأدوار التقليدية كوسائل إعلامية وكمواقع للتواصل الاجتماعي وكمنابر تستفيد من البيئة الإليكترونية، إلى تحقيق مستويات تواصل أكثر تفاعلية وتشاركية وتشابكية مع شبكات أخرى اليكترونية وغير إليكترونية، وإن يتم الإستفادة القصوى من إمكانيات الشبكة في تحقيق تواصل تفاعلي متعدد الاتجاهات بين الأعضاء والأخرين، وأن تسفر النقاشات الدائرة عبر هذه الشبكات عن خلق فضاء عام إيجابي، وحالة حوار حية، يكون لها صداها على أرض الواقع، وإلا تقتصر على النقاش الحي والفعال بين اعضائها، بل تسعى إلى تحقيق مردود إيجابي لهذه النقاشات يتمثل في تنظيم فعاليات وتشكيل توجهات عامة، وإحداث تعبئة عامة، قد تسفر عن حدوث تغيير فعلي في السياق العام للمجتمع.

2- دراسة Harlow - 2013

سعت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الفيس بوك في أحداث الثورة المصرية، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون في الفترة من 24 يناير ?قبل الثورة بيوم ?حتى 28 فبراير 2011 لموقعي صحيفتي Al-Jazeera English وموقع صحيفة The New York Times، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : أن الموضوعات التي شملتها التغطية الإعلامية هي : أهمية دور الشباب المصري في الثورة، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثير الدولي للثورة المصرية، وكشفت نتائج الدراسة أنه لا يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداة للتغيير الاجتماعي، ولكن يمكن اعتبارها أداة مساعدة في إحداث التغيير الاجتماعي في المجتمع المصري، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن أكثر الصفحات التي اهتم بها موقع صحيفتي Al-Jazeera English & The New York Timesالصفحة الخاصة بحركة 6 إبريل وصفحة كلنا خالد سعيد.

3- دراسة Bashri,et al - 2012

سعت الدراسة إلى التعرف على ثورات الفيس بوك في العالم العربي والتحولات والتغييرات في العالم العربي، من خلال إجراء دراسة مقارنة لتغطية

قناة CNNوالجزيرة الإنجليزية لأحداث الثورة المصرية والتونسية، وقد استخدم الباحثون أداة تحليل المضمون لموقعي CNN والجزيرة الإنجليزية في الفترة من 17 ديسمبر2010 إلى 14 يناير 2011 للثورة التونسية والفترة من 25 يناير إلى 11 فبراير 2011 للثورة المصرية بالتطبيق على عينة قوامها 120 مادة إخبارية منها 106 عن مصر و14 عن تونس، و70 مادة إخبارية من CNNو50 من الجزيرة الإنجليزية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : تمثلت المصادر التي اعتمدت قناتا الدراسة عليها فيما يلي : الرسمية % 40.5 - ل CNN– % 19.9للجزيرة الإنجليزية – وغير الرسمية – % 36.6 لـ CNN - 27.4 % للجزيرة الإنجليزية ، وكشفت نتائج الدراسة عن اعتماد قناة CNNعلى المسئولين الأمريكيين في تغطية أحداث الثورة المصرية والتونسية، وفي المقابل اعتمدت قناة الجزيرة الإنجليزية على المواطنين المصريين والتونسيين كمصادر للأخبار، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً إلى استخدام الفيس بوك بدرجة كبيرة من قبل نشطاء الثورة المصرية والتونسية في التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم نحو فعاليات الثورة.

4– دراسة Bardici - 2012

سعت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف الأمريكية لأحداث الثورة المصرية والتغيير السياسي في مصر، وهدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والثورة المصرية والتحول السياسي المصري، واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل الخطاب لصحيفة Washington Post في الفترة من 1 يناير حتى 30 سبتمبر 2011، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دوراً كبيراً في الثورة المصرية والتحول السياسي في مصر، إلا أن هناك مبالغة في دور الفيس بوك في الثورة المصرية، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست السبب الرئيس في قيام الثورات.

بل أنها تكون أدوات فعالة تساهم في حدوث الثورات، وكشفت الدراسة أن ضرورة الإصلاح السياسي كان ناتجاً لإرادة عامة من النشطاء السياسيين والمواطنين المصريين، وتم التعبير عن هذه الإرادة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت الدراسة أيضاً أن مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالأحزاب والقوى السياسية مثل الفيس بوك وتويتر تسعى لإعطاء صورة إيجابية عن هذه الأحزاب والقوى، حيث أن هذه المواقع تمثل الأيدولوجيات الخاصة بهذه الأحزاب والقوى.

5- دراسة عجيزة - 2012

استهدفت الدراسة رصد وتحليل الدور الذي لعبته وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثورة 25 يناير 2011 من خلال توجهات وتقييم النخبة المصرية لهذا الدور، وذلك من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال عينة عمدية قوامها 150 مفردة من النخبة السياسية ووالإعلامية والأكاديمية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها :

أن النسبة الأكبر من النخبة المصرية تتابع وسائل الإعلام الإلكتروني، وأنهم يستخدمونها كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات، وكشفت نتائج الدراسة أن الوسائل الإعلامية الإلكترونية التي يتابعها النخبة المصرية جاءت على النحو التالي: الفيس بوك، المواقع الإخبارية، الصحف الإلكترونية، اليوتيوب، التويتر، المدونات، مواقع القنوات التليفزيونية، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد النخبة على الوسائل الإلكترونية وتقييمهم لتفوق الوسائل الإلكترونية على التقليدية.

6- دراسة Eltantawy & Wiest - 2011

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية من خلال نظرية تعبئة الموارد Resource Mobilization Theory، واستخدم الباحثان أداة تحليل المضمون الكيفي لبعض التقارير الإخبارية والرسائل التي يتم وضعها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر والمدونات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت مورداً أساسياً ساهم في ولادة ثورة 25 يناير، حيث ساعد على ذلك حرية الوصول إلى الإنترنت ووجود أجهزة الكمبيوتر المنخفضة التكاليف، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية وبين التغير الاجتماعي في البيئة المصرية، حيث وفرت هذه المواقع السرعة والتفاعلية بالمقارنة بالوسائل التقليدية، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعد على وجود عدد من الأنشطة

الفردية مع توافر موارد معقولة من المعلومات عن الحياة اليومية والمتمثلة في مجموعات الفيس بوك والمدونات الشخصية والتابعون Followersوالتي تتيح مناقشة العديد من الموضوعات الحالية مثل صفحة - كلنا خالد سعيد- والتي شملت معلومات شخصية عن خالد سعيد، والمناقشات السياسية بين النشطاء السياسيين، وتوسعت الصفحة لمشر معلومات عن مساويء نظام مبارك.

7- دراسة Baungariner , Maris - 2010

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الأمريكي للشبكات الاجتماعية في الدعاية السياسية في الانتخابات الأمريكية 2008 بالتطبيق على شبكات My Space, Facebook , You Tube، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها 3500 مفردة من الشباب من سن 18 - 24 سنة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : أن الشبكات الاجتماعية تعد مصدراً رئيساً من مصادر الحصول على المعلومات، وكشفت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية استخدمت أساليباً جديدة في طرح موضوعات الدعاية السياسية ومناقشتها وشكلت أساليباً جديدة للتعبير عن الآراء بحرية عبر شبكة الإنترنت، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً عدم وجود فروق بين الشبكات الاجتماعية في حدود الممارسة الديموقراطية من حيث نشر الأخبار أو النقاشات، بل أكدت أن الممارسات تمت في إطار تعاوني أكثر من كونه تناقشياً.

8- دراسة Zhang & et al - 2010

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي والاتجاهات والسلوكيات السياسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات، بالتطبيق على عينة قوامها 300 مفردة من السكان في شمال غرب الولايات المتحدة الأمريكية من مستخدمي شبكات My Space, Facebook , You Tube، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : عدم وجود فروق بين الشبكات الثلاث فيما يتعلق بتشكيل الوعي والاتجاهات والسلوكيات السياسية، وكشفت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام الشبكات الاجتماعية وارتفاع معدلات المشاركة المدنية

التي تفوقت كثيراً على المشاركة السياسية على الصعيد السلوكي، كما كشفت الدراسة أيضاً عن وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتشكيل الاتجاهات السياسية خاصة بين المشاركين النشطين في الحوارات على الشبكات الاجتماعية.

9- دراسة Budak - 2010

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في انتخابات الرئاسة الأمريكية 2008 الخاصة بالرئيس الأمريكي بارك أوباما وذلك من خلال دور موقعي الفيس بوك وتويتر في هذه الانتخابات، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استخدام الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 2254 من الجمهور الأمريكي.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : ما تزال وسائل الاتصال التقليدية مثل التليفزيون والصحافة هي الوسائل الأساسية التي يستمد منها الجمهور الأمريكي معلوماته عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية والجوانب السياسية الأخرى، وكشفت نتائج الدراسة أنه على الرغم من الدور الذي قام به موقعي الفيس بوك وتويتر في الانتخابات الأمريكية إلا أن دورهما ما يزال محدوداً بوسائل الإعلام التقليدية، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور الأمريكي على موقعي الفيس بوك وتويتر والمشاركة في الانتخابات الأمريكية.

10- دراسة Walter - 2008

سعت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد مثل الفيس بوك والمدونات في المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها 160 طالباً من طلاب الجامعات الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها : أن نسبة 28 ٪ من طلاب الجامعة يستخدمون الإنترنت للحصول على المعلومات، وكشفت نتائج الدراسة أن طلاب الجامعة لا يشاركون في أي مدونة سياسية سواء بالقراءة أو الكتابة بنسبة 39٪ و86 ٪ على الترتيب، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً أن نسبة 72 ٪ من الطلاب ترى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على على علاقتهم مع الأصدقاء وفي

المقابل يرى 20 ٪ من الطلاب أن مواقع التواصل الاجتماعي قد قربتهم من أصدقائهم، ولا تشارك نسبة 89 ٪ من الطلاب في أي نشاط سياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنهم يستخدمونها في استقبال المعلومات السياسية.

التعليق على الدراسات السابقة

- أظهرت الدراسات السابقة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات السياسية حول مختلف القضايا والأحداث التي تهم المجتمعات، وكذلك دورها فيما يتعلق بتشكيل الوعي والاتجاهات والسلوكيات السياسية (دراسة Zhang & et al، 2010)، وأظهرت تلك الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور مساعد حدوث الثورات (دراسة Minavere Vera Bardici، 2012).

- اعتمدت الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمدت بعض الدراسات على الجانب الميداني واعتمد البعض الآخر على الجانب التحليلي.

- اختلفت المجتمعات التي تم تطبيق الدراسة عليها، وانقسمت المجتمعات إلى المجتمع المصري والمجتمع الأمريكي، ولم ترصد الدراسة أي استخدام للجاليات المصرية في الخارج، حيث يختلف مجتمع هذه الدراسة عن المجتمعات التي تمت دراستها في الدراسات السابقة.

- اختلفت العينات التي استخدمتها الدراسات السابقة بما يتفق مع طبيعة ومنهج كل دراسة على حدة، فمنها ما اعتمد على العينات الاحتمالية مثل العينة العشوائية البسيطة (دراسة Alex Budak، 2010)، ومنها ما اعتمد على العينات غير الاحتمالية مثل العينة العمدية (دراسة مروة عجيزة، 2012).

- تنوعت الأدوات التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة في جمع المعلومات، فمنها ما استخدم أداة تحليل المضمون (دراسة Summer Harlow، 2013)، أسلوب تحليل الخطاب (دراسة Minavere Vera Bardici، 2012)، الاستبيان (دراسة مروة عجيزة، 2012)، وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان لأنها متناسبة مع طبيعة الموضوع ونوع المنهج المستخدم وعينة الدراسة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.
- اختيار المنهج المناسب لموضوع الدراسة، وساهمت الدراسات السابقة الباحث بتحديد الشروط اللازمة لاختيار عينة الدراسة الميدانية.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة وهو مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.
- الاستفادة من الدراسات السابقة في إعداد الاستبيان الخاص بالدراسة ووضع الفروض والتساؤلات والأهداف المتعلقة بالدراسة.

الإطار النظري للدراسة

يشير مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام؛ رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور، ثم النظام الاجتماعي، فالأفراد مثل النظم الاجتماعية ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام؛ لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض هذه الأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية (مصطفى، 2008).

وكما يوحي إسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، مثل الصحف والمجلات والراديو والسينما والتليفزيون، ومن الأهداف الرئيسة لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخري تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما (مكاوي، السيد، 1997 : 232 – 233)

وبناءً عليه، فإن الاعتماد على وسائل الإعلام يرتبط بدرجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة

باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله، وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين :

- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع : حيث تفترض النظرية زيادة هذا الاعتماد في حالات الصراع والأزمات حيث لا تتوفر للأفراد وسائل ومصادر مباشرة أو شخصية في هذه الحالات.
- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، فضلاً عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع (المدني ،2009).

ويقوم مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات :

- وجود علاقة تبادلية ثلاثية بين وسائل الإعلام والمجتمع، هذه العلاقة هي التي تحدد بصورة مباشرة كثيراً من التأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام في الناس وفي المجتمع.
- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام.
- كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تطرح من قبل أي وسيلة إعلامية، تزداد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة.
- يزداد اعتماد الجمهور على معلومات الوسائل الإعلامية في المجتمعات التي تتطور فيها الأنظمة المنتمية إليها هذه الوسائل، بالإضافة إلى زيادة مستوى الصراع الاجتماعي.
- تختلف درجة اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية؛ وفقاً لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية (إبراهيم، 2009).

ويرى ملفين ديفليز وساندرا بول روكيتش أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :

الفهم : ويتمثل ذلك في التعلم والحصول على الخبرات، ومعرفة أشياء عن البيئة المحيطة وتفسيراتها.

التوجيه : ويشمل التوجيه الذاتي مثل : اتخاذ القرارات المناسبة، وتوجيه العمل والسلوك مثل : ان تقرر ماذا تشتري، ويشمل أيضاً التوجيه التفاعلي مثل كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الصعبة.

التسلية : وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل : الراحة والاسترخاء، والتسلية الاجتماعية كالذهاب للسينما أو الاستماع إلى الموسيقى، أو مشاهدة التليفزيون بمصاحبة الأسرة أو الأصدقاء(ديليفر، روكيتش، بول، 1993).

ويرصد "ديليفر وروكيتش" Rockeach Deflure and مجموعة من الآثار التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي يمكن حصرها فيما يلي :

- الآثار المعرفية Cognitive Effects وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم.
- الآثار الوجدانية Affective Effects وتشمل آثار وسائل الإعلام في العواطف والمشاعر وقياس هذه الآثار، ومنها : الفتور العاطفي، الخوف، القلق، الاغتراب
- الآثار السلوكية Behavioral Effects وهي التي تنشط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة استخدامه للوسيلة الإعلامية، وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وقد يكون سلوك الفرد يتسم بالخمول والسلبية وعدم الرغبة في المشاركة (Rockeach S., 1992: 242 - 244)

أهداف الدراسة

1. التعرف على أنماط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. رصد درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على حول قضايا التغيير السياسي في مصر.

3. التعرف على أوجه تفصيل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها في الحصول على قضايا التغيير السياسي في مصر.
4. الوقوف على أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي في مصر.
5. رصد درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة الموضوعات الخاصة بقضايا التغيير السياسي في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
6. الوقوف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

فروض الدراسة

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لهم
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهداف الاعتماد على البرامج الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات ذلك عليهم
- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمعدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة
- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

مفاهيم الدراسة

الجاليات المصرية : هم المواطنون المصريون المقيمون بالدول العربية إقامة دائمة ومؤقتة (السعودية - الكويت- البحرين- الإمارات العربية المتحدة)، وتتراوح أعمارهم من 18 عاماً فأكثر، وتشمل: الطلاب والباحثون بالجامعات الحكومية والخاصة؛ والأفراد المقيمون بحكم الجوار أو العمل أو الاستثمار.

مواقع التواصل الاجتماعي : وهي مجموعة من المواقع التفاعلية والتي تتيح لمستخدميها التواصل في أي مكان في العالم، وظهر دورها بوضوح في أحداث ثورة 25 يناير 2011 كوسيلة للتعبير عن الرأي عن مختلف الأحداث والقضايا التي يشهدها المجتمع المصري، ومن أبرز هذه المواقع الفيس بوك والتويتر واليوتيوب.

أحداث التغيير السياسي في مصر : ويقصد الباحث بها الأحداث التي شهدتها مصر في أعقاب ثورة 25 يناير 2011 وصولاً إلى 30 يونيو 2013.

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من البحوث الوصفية والتي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما، تغلب عليه صفة التحديد ؛ وعلى ذلك تقوم الدراسة الوصفية بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات (إسماعيل،2011: 96)، ومن ثم تسعي الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجاليات المصرية في مملكة البحرين بالمعلومات حول أحداث التغيير السياسي في مصر ؛ وذلك للحصول على بيانات ومعلومات كافية عنها وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائجها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح survey، والذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وتوصيات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع الدراسة (عبد المجيد، 2010 : 60)، ويعد من انسب المناهج العلمية

ملائمة للدراسات الوصفية وذلك لغرض جمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة، وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة علي منهج المسح بالعينة، الذي يسمح باختبار الفروض واستخلاص النتائج وتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة (محمد عبد الحميد،1983: 69) ؛ وبذلك سوف يتم المسح في هذه الدراسة من خلال: مسح الجمهور العام والخاص بالجاليات المصرية في مملكة البحرين، حيث يقوم الباحث بمسح الجمهور المتمثل في الجاليات المصرية في مملكة البحرين بهدف التعرف علي الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والتأثيرات المختلفة لهذه المواقع تبعاً للهدف من إجراء المسح.

مجتمع الدراسة :

ويعتبر مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، كما يعتبر مجتمع الدراسة هوجميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، فقد يكون من البشر إذا كان موضوع البحث عن أشخاص، وقد يكون مجتمع البحث عن أشخاص، وقد يكون مجتمع الدراسة هو جميع الأعداد من صحيفة معينة أوجميع البرامج الإذاعية والتليفزيونية إن كان تحليلاً للمضمون (الكامل،2001: 123)، ويتمثل مجتمع الدراسة الجالية المصرية في مملكة البحرين، وذلك بهدف ضمان الحصول على إجابات صادقة قدر الإمكان تتمثل جميع شرائح المجتمع.

عينة الدراسة:

وقد تم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة، ويعتمد هذا الأسلوب بشكل أساسي علي سحب الوحدات المتاحة الممثلة لخصائص مجتمع البحث (شفيق، 2004: 177)،وسوف تجرى الدراسة على عينة قوامها 278 مفردة من أصل 300 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أعضاء الجالية المصرية في مملكة البحرين، حيث تم استبعاد الاستمارات الغير مستوفية للبيانات.

وقد وقع اختيار الباحث علي الجمهور العام من الجاليات المصرية كمجتمع للدراسة الميدانية للأسباب الآتية :

- إجراء الدراسة علي جميع فئات الجالية المصرية في مملكة البحرين، بما يسمح بوجود قدر من الحيادية لتمثيل الجالية المصرية بجميع ثقافاتها وفئاتها.

- نظراً لطبيعة القضايا المدروسة - أحداث التغيير السياسي في مصر-، حيث تحتاج الدراسة إلي التطبيق الميداني علي جميع فئات الجالية المصرية من ذوي الاهتمامات السياسية المتباينة، لتحقيق الهدف من قياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي معارف الجمهورواتجاهاتهم وتقييمهم لقضايا التغيير السياسي في مصر.

أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستقصاء كأداة لجمع بيانات هذه الدراسة حيث أنه يعتبر من أكثر الأدوات استخدامًا في الدراسات المسحية لإمكانياته في جمع بيانات ومعلومات لم يكن في الإمكان الحصول عليها دون استطلاع الآراء والتعرف على المواقف والاتجاهات (الوفائي،1989: 97)، حيث تم اعداد استمارة استبيان للتطبيق على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أعضاء الجالية المصرية في مملكة البحرين.

اختبار الصدق والثبات

أ - اختبار الصدق :

يعني الصدق أن تقيس الأداة بالفعل ما وضعت لقياسه ويرتبط الصدق بالإجراءات المتبعة في التحليل مثل اختبار العينة، وبناء الفئات وتحديدها تحديداً دقيقا، ويشير الصدق الظاهري إلى أن الأداة تقيس بشكل مناسب ما وضعت لقياسه من متغيرا ت (Roger D. Wimmer & Joseph (R . Doninick , 2000 : 154-155، كما يعني قياس الأسئلة التأكيدية أو الكاشفة فيصحيفة الأستقصاء بقياس نفس المعلوم بأسلوبين مختلفين (الغزاوي، 1989: 37)، وقد قام الباحث بإجراء اختبار الصدق Validity Test باستخدام أسلوب الصدق الظاهري Validity Face، حيث تم مراجعة تلك الاستمارة منهجيا وعلميا عن طريق عرضها على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في موضوع الدراسة (1×) لإبداء آرائهم فيها ودراسة الشكل العام للاستمارة ومراجعة صياغة الأسئلة، وكذلك المادة العلمية الواردة بها ومدى كفاءتها لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وقد أشار هؤلاء المحكمون إلى

صلاحية استمارة الاستبيان لقياس ما استهدفت قياسه، وذلك بعد إجر اء عدد من التعديلات، حيث أضيفت أسئلة وتم حذف أسئلة أخرى، حتى أصبحت الاستمارة صالحة للتطبيق، ثم قام الباحث بطبع الصحيفة وشرع في التطبيق.

ب- اختبار الثبات :

الثبات هو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس علي نفس الأفراد في نفس المواقف، والظروف وبالتالي فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق للوصول إلى ثبات النتائج (عبد الحميد، 2000: 419-418)، حيث قام الباحث بإجراء اختبار وقد أجرى تطبيق الثبات بطريقة إعادة الاختبار Test Retest، حيث قام الباحث بإجراء اختبار استمارة الاستقصاء وذلك للتأكد من ثبات الاستمارة، حيث قام بإجراء اختبار قبلي للكشف عن مدى وضوح الأسئلة وتحقيقها لأهداف البحث، وذلك لعينة قوامها 5٪ من إجمالي عينة الدراسة، وقداستفاد الباحث من الاختبار القبلي في إعادة صياغة بعض الأسئلة فيما يتماشى مع فهم بعض المبحوثين، ثم قام بإجراء اختبار بعدي على عينة قوامها 5٪ من إجمالي عينة الدراسة، بعد أسبوعين من الاختبار القبلي، وقامت بحساب معامل الثبات حيث بلغت قيمته 87٪ وهي نسبة عالية تدل على أن الاستمارة صادقة وصالحة للتطبيق.

أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات:

- تم إستخدام الحاسب الآلي في تفريغ صحف الإستقصاء، وجدولتها بهدف التحليل وإختبار العلاقات محل الدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الإجتماعية (spss)، وتطبيق المعاملات الإحصائية التالية :

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري.
- معامل إرتباط بيرسون (Pearon Correlation Coefficien) لدراسة شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطه ما بين 0.30 – 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70 .

- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis Of Variance) المعروف إختصاراً بإسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للغروق بين المتوسطات السحابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الإختبارات البعدية شيفيه لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها. وقد تم قبول نتائج الإختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95٪)، أي عند مستوى معنوية (0.05)، وعند درجة ثقة (99٪) أي عند مستوى معنوية (0.001).

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول :

"توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي"

جدول رقم (1)	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي		
المتغير	معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي		
	R	P	N
الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي	.327	.000	278
	R = معامل ارتباط بيرسون	P = مستوى المعنوية	N = المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل

الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي، وهي علاقة طردية متوسطة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 327. ، وهي قيمة دالة عند مستوى 000. ، وهو ما يعني أن زيادة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي لاعتمادهم عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي.

الفرض الثاني :

"توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام"

جدول رقم (2)	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغير السياسي		
المتغير	معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي		
	R	P	N
دوافع مشاهدة البرامج الصحية	.218	.001	278

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي، وهي علاقة طردية ضعيفة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 218. ، وهي قيمة دالة عند مستوى 001. ، وهو ما يعني أن زيادة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من دوافع استخدام المبحوثين لهذه المواقع.

الفرض الثالث :

" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لهم" .

جدول رقم (3)	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة لهم					
الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي	التأثيرات المعرفية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات السلوكية	
	R	P	R	P	R	P
	131.	.038	.177	.009	.025	.716
278 = [illegible]						

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وبعض التأثيرات المختلفة المترتبة على هذا الاعتماد على النحو التالي :

أولاً : التأثيرات المعرفية : أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المتحققة لهم، وهي علاقة طردية ضعيفة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون .131، وهي قيمة دالة عند مستوى 038.

ثانياً : التأثيرات الوجدانية : أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المتحققة لهم، وهي علاقة طردية ضعيفة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون .177، وهي قيمة دالة عند مستوى 009.

ثالثاً : التأثيرات السلوكية : أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المتحققة لهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 025.

وهي قيمة غير دالة عند مستوى 716. . وتشير النتائج السابقة إلى أن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وبعض التأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد، وعدم وجود علاقة بالنسبة للتأثيرات السلوكية.

الفرض الرابع :

جدول رقم (4)	معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أهداف الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات ذلك عليهم .					
الأهداف التأثيرات	هدف الفهم		هدف التوجيه		هدف التسلية	
	R	P	R	P	R	P
المعرفية	.155	.007	.118	.043	.070	.227
الوجدانية	.136	.047	.297	.000	.423	.000
السلوكية	.208	.002	.398	.000	.012	.862
ن = 278						

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض أهداف الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات ذلك عليهم على النحو التالي :

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف الفهم وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث بلغت قيم مستويات المعنوية 007. ، 047. ، 002. على التوالي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 155. ، 136. ، 208. ، وهي علاقة طردية ضعيفة، فيما يتعلق بهدف الفهم وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف التوجيه وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث بلغت قيم مستويات المعنوية 043. ، 000. ، 000. على التوالي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 118. ، 297. ، 398.

وهي علاقة طردية ضعيفة فيما يتعلق بهدف الفهم وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية، وعلاقة طردية متوسطة فيما يتعلق بهدف التوجيه و التأثيرات السلوكية.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف التسلية والتأثيرات الوجدانية،

حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 000. على التوالي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 432. ، وهي علاقة طردية متوسطة، بينما كشفت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف التسلية والتأثيرات المعرفية والسلوكية حيث بلغت قيمتي مستوى المعنوية 070. ، 012. .

الفرض الخامس :

"توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمعدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة"

5/1 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث في معدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (5) اختبار "ت" لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
ذكور	176	2.24	.733	398	2.785	.006
إناث	102	2.46	.675			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ت" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح الإناث بمتوسط حسابي 2.46 مقابل 2.24 لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة " ت" 2.785 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 006.

5/ 2 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير السن في معدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (6)	لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والسن				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف »	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2.224	2	1.112	1.975	140.
داخل المجموعات	223.616	297	563.		
المجموع	225.840	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للسن في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة " ف" 1.975 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 140.

3/5 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7)	اختبار " ف" لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والمستوى التعليمي				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف »	مستوى الدلالة
بين المجموعات	27.880	2	9.293	6.873	000.
داخل المجموعات	535.417	297	1.352		
المجموع	563.298	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ف" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بلغت قيمة " ف" 6.873 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة .000.

ولمعرفة مصدر التباين بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة LSDعلى النحو التالي:

كشفت نتائج الدراسة وجود فروق بين المستوى التعليمي المتوسط وبين كل من المستوى الجامعي والدراسات العليا في معدلات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .010، .009، كما كشفت نتائج الدراسة وجود فروق بين المستوى التعليمي الجامعي وبين كل من المستوى المتوسط والدراسات العليا حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .010، .000.

كما كشفت الدراسة أيضاً وجود فروق بين المستوى التعليمي للدراسات العليا وبين كل من المستوى المتوسط والجامعي حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .009، .000.

4/5 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8)

المستوى التعليمي		فروق المتوسطات	مستوى المعنوية
أقل من متوسط	متوسط	14815.	612.
	جامعي	47484	096.
	دراسات عليا	52778.-	146.
متوسط	أقل من متوسط	14815.-	612.
	متوسط	(*)32669.	010.
	دراسات عليا	(*)67593.-	009.
دراسات عليا	أقل من المتوسط	47484.-	096.
	متوسط	(*)32669.-	010.
	دراسات عليا	(*)-1.00262	000.
دراسات عليا	أقل من المتوسط	52778.	146.
	متوسط	(*)67593.	009.
	جامعي	(*)1.00262	000.

جدول رقم (9) اختبار «ف» لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والحالة الاجتماعية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة «ف»	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.070	2	357.	1.276	282.
داخل المجموعات	110.680	297	279.		
المجموع	111.750	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة " ف" 1.276 وهي قيمة غيردالة إحصائياً عند مستوى دلالة 282.

الفرض السادس :

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

6/1 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي.

جدول رقم (10)	اختبار «ت» لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والنوع					
المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة «ت»	مستوى الدلالة
ذكور	176	1.75	.430	398	1.161	.245
إناث	102	1.69	.459			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، حيث بلغت قيمة "ت" 1.161، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 245.

2/6 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير السن طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي

جدول رقم (11)	اختبار « ف» لدلالة الفروق بين اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي والسن				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف »	مستوى الدلالة
بين المجموعات	616.		154.	547.	701.
داخل المجموعات	111.134		281.		
المجموع	111.750				

تشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للسن طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، حيث بلغت قيمة " ف" .547، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة .701.

3/6 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (12)	اختبار " ف" لدلالة الفروق بين معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي والسن				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف»	مستوى الدلالة
بين المجموعات	6.395	3	1.599	9.272	000.
داخل المجموعات	68.103	296	172.		
المجموع	74.497	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ف" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، حيث بلغت قيمة " ف" 9.272 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة .000.

ولمعرفة مصدر التباين بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي طبقاً للمستوى التعليمي طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة LSD على النحو التالي :

جدول رقم (13)

السن		فروق المتوسطات	مستوى المعنوية
من 18 لأقل من 25 سنة.	من 25 لأقل من 35 سنة.	(*)16608.-	002.
	من 35 لأقل من 45 سنة.	(*)24776.-	000.
	من 45 لأقل من 55 سنة.	(*)27121.-	000.
	55 سنة فأكثر.	17879.	074.
من 25 لأقل من 35 سنة.	من 18 لأقل من 25 سنة.	(*)16608.	002.
	من 35 لأقل من 45 سنة.	08167.-	174.
	من 45 لأقل من 55 سنة.	10513.-	135.
	55 سنة فأكثر.	(*)34487.	001.
من 35 لأقل من 45 سنة.	من 18 لأقل من 25 سنة.	(*)24776.	000.
	من 25 لأقل من 35 سنة.	08167.	174.
	من 45 لأقل من 55 سنة.	02346.-	754.
	55 سنة فأكثر.	(*)42654.	000.
من 45 لأقل من 55 سنة.	من 18 لأقل من 25 سنة.	(*)27121.	000.
	من 25 لأقل من 35 سنة.	10513.	135.
	من 35 لأقل من 45 سنة.	02346.	754.
	55 سنة فأكثر.	(*)45000.	000.
55 سنة فأكثر.	من 18 لأقل من 25 سنة.	17879.-	074.
	من 25 لأقل من 35 سنة.	(*)34487.-	001.
	من 35 لأقل من 45 سنة.	(*)42654.-	000.
	من 45 لأقل من 55 سنة.	(*)45000.-	000.

كشفت نتائج الدراسة وجود فروق بين الفئة العمرية من 18 لأقل من 25 سنة وبين كل : من 25 لأقل من 35 سنة، من 35 لأقل من 45 سنة، من 45 لأقل من 55 سنة، حيث جاءت قيم مستوى المعنوية .002، .000، .000 على الترتيب، كما كشفت نتائج الدراسة وجود فروق بين من 25 لأقل من 35 سنة وبين كل من : من 18 لأقل من 25 سنة، 55 سنة فأكثر حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .002، .001 على الترتيب، كما كشفت الدراسة أيضاً وجود فروق بين من 35 لأقل من 45 سنة وبين كل من 18 لأقل من 25 سنة، 55 سنة فأكثر حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .000، .000، كما كشفت الدراسة أيضاً وجود فروق بين من 45 لأقل من 55 سنة وبين كل من من 18 لأقل من 25 سنة، 55 سنة فأكثر حيث جاءت قيمتا مستوى المعنوية .000، .000، وكشفت الدراسة وجود فروق بين 55 سنة فأكثر وبين كل من : من 25 لأقل من 35 سنة، من 35 لأقل من 45 سنة، من 45 لأقل من 55 سنة عند مستوى معنوية .001، .000، .000 على الترتيب.

4/6 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والحالة الاجتماعية.

جدول رقم (14)	اختبار "ف" لدلالة الفروق بين اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والحالة الاجتماعية				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.049	2	350.	914.	434.
داخل المجموعات	151.548	297	383.		
المجموع	152.598	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية في معدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" .914 وهي قيمة غيردالة إحصائياً عند مستوى دلالة 434.

الفرض السابع :

توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لتأثيرات اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

لاختبار هذا الفرض، قام الباحث بتقسيم التأثيرات المتعلقة باعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي :

7/ 1 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً للتأثيرات االمترتبةعلى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (15)	اختبار « ت» لدلالة الفروق بين التأثيرات المترتبةعلى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي والنوع					
المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة «ت»	مستوى الدلالة
ذكور	176	1.75	.540	398	.571	.568
إناث	102	1.49	.483			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ت" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً لتأثيرات اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، حيث بلغت قيمة " ت" 571. ،وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 568. . .

7/ 2 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للتأثيرات االمترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير السن.

جدول رقم (16)	اختبار « ف» لدلالة الفروق بين التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي والسن				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
بين المجموعات	4.078	3	1.020	2.001	094.
داخل المجموعات	201.299	396	510.		
المجموع	205.378	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار " ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للتأثيرات المترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي والسن، حيث بلغت قيمة " ف" 2.001 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة .094.

3/7 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للتأثيرات االمترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (17)	اختبار " ف" لدلالة الفروق بين التأثيرات المترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير المستوى التعليمي				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف »	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.575	3	394.	1.852	118.
داخل المجموعات	83.985	396	213.		
المجموع		399			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي والتأثيرات المترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة " ف" 1.852 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة .118.

4/7 دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والحالة الاجتماعية.

جدول رقم (18)	اختبار " ف" لدلالة الفروق بين طبقاً للتأثيرات المترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي والحالة الاجتماعية				
مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة « ف »	مستوى الدلالة
بين المجموعات	117.	3	029.	094.	984.
داخل المجموعات	122.960	396	311.		
المجموع	123.078	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية والتأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة " ف" .094، وهي قيمة غيردالة إحصائياً عند مستوى دلالة .984.

ومن ثم يمكن رفض الفرض السابع والقائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لتأثيرات اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

مناقشة نتائج الدراسة :

أولاً : العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي: أظهرت نتائج الدراسة استخداماً متزايداً من قبل أفراد الجالية المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يستخدمها 91.6 ٪ بصفة دائمة، 7.2 ٪ أحياناً، 1.2 ٪، مما يشير إلى كثافة استخدام أفراد الجالية المصرية عليها واعتمادهم عليها في الحصول على

المعلومات حول قضايا التغيير السياسي في مصر، حيث يعتمد عليها 65.1 ٪ من أفراد الجالية المصرية بدرجة كبيرة، 32.1 ٪ بدرجة متوسطة، 2.8 ٪ بدرجة قليلة، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي

ثانياً : العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام : أظهرت نتائج الدراسة تفوق الدوافع المنفعية المتمثلة في لأنها معرفة وجهات النظر حول الأحداث والقضايا السياسية، معرفة معلومات تفيدنا حول الأحداث والقضايا السياسية، زيادة الوعي بالأحداث والقضايا السياسية، تكون اراء حول الاحداث والقضايا المختلفة، بالمقارنة بالدوافع الطقوسية مثل تمضية الوثت والتسلية والاسترخاء وبحكم العادة، حيث تشير النتائج أن أفراد الجالية المصرية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض نفعية ترتبط أساساً بدافع الحصول على المعلومات عن قضايا التغيير السياسي في مصر بعد أحداث ثورة 25 يناير، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول قضايا التغيير السياسي.

ثالثاً : العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لأفراد الجالية المصرية بمملكة البحرين : أظهرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة طردية ضعيفة بين التأثيرات المعرفية المتمثلة في معرفة بعض القوانين الخاصة بالأحداث والقضايا السياسية، معرفة مجالات التغيير السياسي في مصر، معرفة جهود الحكومة في معالجة بعض الأحداث والقضايا والأزمات والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي في مصر، كما أظهرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة طردية بين التأثيرات الوجدانية المتمثلة في تجعلني أشعر بالضيق من سلبية بعض المواطنين وضعف اهتمامها ومشاركتها السياسية، تقلل من شعوري بالاغتراب والعزلة والقلق أو التوتر الناتج عن عدم معرفتي ببعض الأحداث والقضايا والجهل بها، ترفع من

روحي المعنوية وجعلتني اشعر بالأمل في إمكانية إحداث إصلاحات سياسية في مصر والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي في مصر، وفي المقابل أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المتحققة لهم مثل تجعلني أهتم بالمشاركة في لقاءات وندوات ومؤتمرات تناقش الأحداث والقضايا السياسية المختلفة، تدعم من رغبتي في المشاركة السياسية من خلال الانضمام لجمعية تهتم بالشؤون السياسية، تجعلني أحرص على مناقشة الانتخابات البرلمانية والرئاسية في الدول العربية.

رابعاً : أهداف الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المتحققة لأفراد الجالية المصرية بمملكة البحرين : أظهرت نتائج الدراسة بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف الفهم والمتل في لانها تساعدني في فهم وادراك الاحداث التي تحدث في العالم المحيط بنا وموقفنا منها وتأثيرها علينا، للحصول على معلومات تفيدني شخصيا، لكي استطيع التعامل مع المواقف والقضايا المشابهة وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف التوجيه والمتمثل في لاني فقد اكتسب منها بعض التفسيرات التي تساعدني على تبني اراء او اتخاذ قرارات أو القيام بسلوكيات مرتبطة بالحدث، لكي تساعدني في القضاء على التوتر الشخصي الناجم عن عدم المعرفة والجهل بالحدث، لأنها تساعدني في توجيهي نحو سلوكيات مرتبطة بالحدث، وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين هدف التسلية والمتمثل في لتساعدني على الهروب من مشكلات ومتاعب حياتي اليومية، لأكون برفقة صحبة اسرتي أو اصدقائي عند متابعة الموضوع، للتسلية وقضاء وقت الفراغ والتأثيرات الوجدانية.

خامساً : العلاقة بين معدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة : أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وجود فروق بين المستوى التعليمي المتوسط وبين كل من المستوى الجامعي والدراسات العليا في معدلات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي المقابل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للسن في معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

سادساً: العلاقة بين اعتماد أفراد الجالية المصرية في مملكة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة : أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، وفي المقابل أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للسن طبقاً لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية في معدلات استخدام هم لمواقع التواصل الاجتماعي

سابعاً : العلاقة بين تأثيرات اعتماد أفراد الجالية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة : أظهرت نتائج الدراسة

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث طبقاً لتأثيرات اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للتأثيرات االمترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي والسن.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للمستوى التعليمي والتأثيرات المترتبة على اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للحالة الاجتماعية والتأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ويشير ذلك لعدم وجود علاقة بين تأثيرات اعتماد أفراد الجالية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول قضايا التغيير السياسي والمتغيرات الديموغرافية المختلفة.

توصيات الدراسة :

- تشجيع البحوث والدراسات بين فرق مشتركة _على مستوى وطني وقومي, من الباحثين في مجالات التربية وعلم النفس والاجتماع والإعلام لدراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابية والسلبية على الجاليات المصرية في بيئات ومجتمعات أخرى لبيان مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.

- ضرورة الاهتمام بما يطرح على مواقع التواصل الاجتماعي من قضايا التغيير السياسي في مصر وتسليط الضوء عليها وإبرازها بوصفها شديدة الصلة بالجاليات المصرية في الخارج، وتأثيرها على اتجاهاتهم تجاه ما يحدث في مصر من قضايا وأحداث.

- تأسيس مواقع للتواصل الاجتماعي عربية ?إسلامية من شأنها تعزيز التواصل الجاليات المصرية في العالم، للمساهمة في زيادة فرص تنويع مصادر المعرفة حول أحداث التغيير السياسي في مصر.

مراجع البحث الحادي عشر

أ- باللغة العربية :

أسامة غازي المدني، "اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية: دراسة ميدانية"،جامعة أم القرى، كلية العلوم الاجتماعية، 2009 ، متاح على الموقع الإلكتروني : http://uqu.edu.sa/page/ar/158190.

آمال حسن محمد الغزاوي، "الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في التليفزيون المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 1989، ص 37.

حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد "الاتصال ونظرياته المعاصرة" القاهرة : عالم الكتب، 1997، ص ص 232 - 233

السيد بخيت محمد درويش، "تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الإجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح"، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013، ص ص 28 - 44.

عبد الله عمران علي إبراهيم، "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشئون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة الزقازيق، كلية الآداب، 2009.

فرج الكامل، "بحوث الإعلام والرأي العام : تصميمها وإجراؤها وتحليلها" ،ط 1، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2001، ص 123.

محمد الوفائي، "مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية"، ط 1، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989، ص 97.

محمد شفيق، "البحث العلمي - الأسس - الإعداد -، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص 177.

محمد عبد الحميد، "تحليل المحتوي في بحوث الإعلام"، جدة، دار الشروق، 1983، ص 69.

محمد عبد الحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط1، القاهرة : عالم الكتب، 2000، ص ص 418-419.

محمود حسن إسماعيل، "مناهج البحث الإعلامي"، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2011، ص 96

مروة شبل عجيزة، "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية"، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 8، 2012، ص ص 22 –48

ملفين ديليفر، روكيتش، ساندرا بول، "نظريات وسائل الإعلام"، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993.

همت حسن عبد المجيد، "الإعلام الدبلوماسي والعلاقات العامة"، القاهرة : مصر العربية للنشر والتوزيع،2010، ص 70

هويدا مصطفى، "دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي"، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس جامعة الدول العربية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد 63، 2008.

ب- باللغة الإنجليزية :

Alex Budak(2010) Facebook , “Tweeter and Barak Obama, New Media and the 2008 Presidential Elections”, UN Published M.A, Washington, D C, Georgetown University.

Bashri, Maha; Netzley, Sara; Greiner, Amy (2012) “Transitions in the Arab world, transitions in media coverage? A comparative analysis of CNN and Al Jazeera English’s online coverage of the Tunisian and Egyptian revolution?, Journal of Arab & Muslim Media Research, Volume 5 Number 1, pp. 19?29.

Jody C Baungariner , S. Maris(2010) “My Space, You Tube, Facebook Social Networks Sites, and Political Engagement of Young Adults”, social Sciences Computer ,Review , Vol 28: 24- 44.

Maha Bashri, Sara Netzley and Amy Greiner(2012) “Facebook revolutions: Transitions in the Arab World, transitions in media coverage” A comparative analysis of CNN and Al Jazeera English’s online coverage of the Tunisian and Egyptian revolutions, Journal of Arab and Muslim Media Research, November 27, 2012.

Melissa R Walter(2008) Campaigning in the New Millennium “ How the New Media Affects Colleges Student s’ Attention and to Participation in the Political Process “ Un Published M.A, Alabama, University of South Alabama.

Defleur M, Ball Rockeach S., 1992, ?Theories of Mass Communication, 4th ed, New York: Longman: 242 - 244.

Minavere Vera Bardici (2012) ?A Discourse Analysis of the Media Representationof Social Media for Social Change - The Case of Egyptian Revolution and Political Change”Thesis Submitted for Completion of Master of Communication for Development, Malmö University, Sweden.

Nahed Eltantawy, Julie B. Wiest (2011) ?Social Media in the Egyptian Revolu-

tion:Reconsidering Resource Mobilization Theory” International Journal of Communication , Vol 5 , Feature 1207?1224 .

Roger D. Wimmer & Joseph . R . Doninick (2000) “Mass Media Research an introduction “ Sixth edition ,California : wads worth publishing company : 154-155.

weiwu Zhang , Thomas Jhonson, Trent Selzer , Shanon L . Bichard (2010)"The Revolution Will Be Net world, the Influence of Social Networks Sites on Political Attitudes and Behavior ? social Sciences Computer Review, Vol 28, Febraury : 75- 92.

12

البحث الثاني عشر

دور العلاقات العامة

في معالجة الأزمات الفلسطينية

دراسة حالة أزمة انقطاع الكهرباء

د.إبراهيم محمود المصري
جامعة فلسطين - غزة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في معالجة أزمة انقطاع التيار الكهربائي المستمرة في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين ,والتعرف على الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة للوصول للجمهور المستهدف ومدى كفايتها ,وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في الدراسة ,واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لكافة العاملين بإدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء في المحافظات الجنوبية موزعين على المقر الرئيسي للشركة والفروع الخمس في المحافظات الجنوبية وعددهم 12 مبحوث.

ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة : إن الإدارة العليا لشركة توزيع الكهرباء تعتمد أحياناً وبنسبة كبيرة على إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء.

أشارت الدراسة أن أهم أسباب أزمة انقطاع الكهرباء هو إغلاق المعابر والحصار المفروض على المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين منذ عام 2006م ,ثم بسبب قصف الكيان الإسرائيلي لمحطة توليد الكهرباء والانقسام السياسي بين حركتي حماس وفتح ,ثم بسبب زيادة الاستهلاك وعدم تحديث شبكات الكهرباء منذ فترة طويلة. أوضحت الدراسة أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة ,ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي ,ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام. أوضحت الدراسة أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة ,ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي ,ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام. بينت الدراسة أن المؤتمرات الصحفية التي تعقدها شركة توزيع الكهرباء من أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في أزمة انقطاع الكهرباء ,ثم يأتي بعد ذلك الإعلان ,ثم الإذاعة ,ثم التلفزيون ,ثم مواقع التواصل الاجتماعي في الدرجة الأخيرة.

البحث الثاني عشر

دور العلاقات العامة
في معالجة الأزمات الفلسطينية
دراسة حالة أزمة انقطاع الكهرباء

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

تعاني المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين "قطاع غزة" من أزمة انقطاع الكهرباء وعدم انتظامها منذ عام 2006م وحتي الآن، بالرغم أن المحافظات الجنوبية تتزود بالتيار الكهربائي من ثلاث مصادر، المصدر الأول من الشركة القطرية الإسرائيلية بـ 120 ميجاوات، والمصدر الثاني من محطة توليد الكهرباء في غزة بـ60 ميجا وات، والمصدر الثالث من الشركة المصرية للكهرباء بـ 28 ميجاوات، ولكن يبلغ حجم الاستهلاك الكلي للكهرباء في المحافظات الجنوبية من 450-500 ميجا وات، وبذلك تصل نسبة العجز في الكهرباء في حالة توقف محطة توليد الكهرباء إلي أكثر من 67.1٪ (الدردساوي، 2014)

وهذا ما دفع الإدارة العليا بشركة توزيع الكهرباء إلى إتباع سياسة تناسب هذا العجز وهو قطع الكهرباء 8 ساعات متواصلة مقابل 8 ساعات وصل وهكذا، وفي حالة عدم إدخال السولار للمحطة تصل ساعات القطع 12 ساعة مقابل 6 ساعات وصل وهكذا. وهذا يتطلب من الإدارة العليا بشركة توزيع الكهرباء والجهات المعنية إدارة هذه الأزمة المستمرة بحكمة عالية وذلك لما لها تأثير قوي على الجمهور خاصة أن الكهرباء تعتبر هي عصب الحياة في المجتمع في كافة التخصصات الصناعية والزراعية والحياتية بشكل عام، وأي نقص أو خلل في ذلك يؤثر بشكل مباشر على المجتمع بأسره. وتعتبر إدارة العلاقات العامة من الإدارات الأساسية

والمهمة في المؤسسات والشركات التي تساهم وتشارك بشكل كبير في معالجة ومواجهة الأزمات وذلك من خلال اتصالها المستمر بالجمهور المستهدف وتوضيح الدور المطلوب منهم وإقناعهم به، وكذلك من خلال علاقتها بالإدارة العليا وقربها منها. فهي بشكل عام تعتبر حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها. وقد زاد الاهتمام بإدارة العلاقات العامة في معالجة الأزمات وخاصة في السنوات الأخيرة وذلك نتيجة تزايد الأزمات بأنواعها المختلفة سواء الأزمات المفاجئة أو المتوقعة أو المزمنة. ولذلك تأتي هذه الدراسة لمعرفة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء لمعالجة أزمة انقطاع الكهرباء في المحافظات الجنوبية.

مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة الأساسية للدراسة في التعرف على دور إدارة العلاقات العامة والإعلام في شركة توزيع الكهرباء في معالجة أزمة انقطاع الكهرباء المستمرة في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين.

أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية هذه الدراسة في الدور الذي يمكن أن تساهم فيه إدارة العلاقات العامة والإعلام في شركة توزيع الكهرباء في معالجة أو التخفيف من أزمة انقطاع الكهرباء المستمرة.
- تعتبر هذه الدراسة استكمالا للدراسات القليلة التي تناولت دور العلاقات العامة في حل الأزمات الفلسطينية.
- تعتبر أزمة انقطاع الكهرباء من الأزمات المزمنة والمستمرة الموجودة في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين، والتي لها اثر كبير على المجتمع الفلسطيني الموجود في المحافظات الجنوبية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء لمعالجة أزمة انقطاع الكهرباء في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين وذلك من خلال معرفة الأهداف الفرعية التالية :

- التعرف على أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة وقت أزمة انقطاع الكهرباء.
- التعرف على الأهداف التي تسعي العلاقات العامة لتحقيقها وقت أزمة انقطاع الكهرباء.
- التعرف على الرسالة الإعلامية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على توصيلها للجمهور وقت الأزمة ؟
- التعرف على دور العلاقات العامة للمساهمة في حل أزمة انقطاع الكهرباء.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلي الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة وهو التعرف على دور العلاقات العامة في معالجة أزمة انقطاع الكهرباء في شركة توزيع الكهرباء، ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي :

1- ما الجهات المشاركة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء في المحافظات الجنوبية؟
2- ما هو دور العلاقات العامة عند حدوث أزمة انقطاع التيار الكهربائي؟
3- ما هي الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة للوصول للجمهور المستهدف لأزمة انقطاع الكهرباء ؟
4- ما المعايير التي تضعها الشركة عند اختيار الوسائل والأساليب الاتصالية عند حدوث الأزمة؟
5- ما الرسالة الإعلامية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على توصيلها للجمهور المستهدف وقت الأزمة ؟
6- هل تقوم الإدارة بإجراء بحوث الرأي العام للتعرف على الأزمات المتوقعة ؟
7- ما الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة لتحقيقها وقت الأزمة؟
8- ما أهم الصعوبات التي تواجه العاملين في إدارة العلاقات العامة لمواجهة الأزمة؟
9- ما اقتراحات العاملين في إدارة العلاقات العامة لمواجهة الأزمة؟

الدراسات السابقة :

وجد الباحث العديد من الدراسات العربية التي تناولت دور العلاقات العامة في إدارة أو معالجة الأزمات في المؤسسات والشركات بشكل عام والأزمات الفلسطينية بشكل خاص وهي :

1- دراسة (الأشقر، 2012م) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني في غزة، وذلك من خلال التعرف على وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمات، وكذلك التعرف على المعوقات التي تقف حائلاً أمام إتمام عملية الاتصال خلال إدارة الأزمة، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة في المناصب الإشرافية والبالغ عددهم 176 فرد، وخرجت الدراسة بأن هناك مستوي فاعلية جيد في اتصالات الأزمة، وأن الاتصالات الرسمية تعتبر أهم الاتصالات المستخدمة وقت الأزمة، وأوضحت الدراسة كذلك بعدم كفاية الموارد المالية المخصصة لشراء تقنيات الاتصال الحديثة، وضعف الحافز المعنوي لفريق اتصال الأزمة.

2- دراسة (دحلان، 2012م) هدفت هذه الدراسة إلي دراسة انتقال العاملين بأقسام الكهرباء بالمحليات وسلطة البيئة للعمل بشركة توزيع الكهرباء بمحافظات غزة، والتعرف على مدى فهم العاملين لطبيعة التغيير وأثره على مستوى رضاهم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق الدراسة على عينة طبيعية منتظمة 260موظف، وأظهرت الدراسة وجود رضا وظيفي بدرجة متوسطة لدى العاملين المنقولين من البلديات وسلطة الطاقة إلي شركة توزيع الكهرباء.

3- دراسة (الجار الله، 2011م) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهه الأزمات، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكيفي في إطارها النظري وعلى المنهج الكمي في إطارها العملي، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها 66 شركة من شركات القطاع الخاص بمدينة الرياض، وخرجت الدراسة بانخفاض نسبة الاعتماد على العلاقات العامة ومحدودية مشاركتها في إدارة الأزمات لدى شركات العينة

التي مرت بأزمة، حيث بينت الدراسة وجود مركزية تمثلت في استحواذ الإدارة العليا على النسبة الأكبر من المشاركة في إدارة الأزمة، وتدني نسبة ممارسة العلاقات العامة لأنشطتها ومهامها أثناء الأزمة وبعدها.

4- دراسة (أبو عزيز، 2010م) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على أهم المعوقات والصعوبات التي واجهت وزارة الصحة خلال إدارتها للأزمات في قطاع غزة في ظل الحصار، والتعرف على مدى تأثير هذه المعوقات على جاهزية الوزارة للتعامل مع الأزمات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأوضحت الدراسة بتوفر المقومات الأساسية اللازمة لإدارة الأزمات ولكنها متوفرة بالحد الأدنى فقط، وكذلك أوضحت أن من أهم المعوقات التنظيمية هو ازدواجية الولاء الوظيفي، بالإضافة إلي العوائق المادية.

5- دراسة (الحميدي، 2010م) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على فاعلية الاتصالات في إدارة الأزمات الأمنية بأجهزة وزارة الداخلية بالرياض من خلال التعرف على أنواع وأساليب ووسائل الاتصال، وخرجت الدراسة بأن الاتصالات الرسمية هي أهم أنواع الاتصالات المستخدمة في إدارة الأزمة، وأن عدم تدريب العاملين في مجال الاتصال الأمني على المستحدث من وسائل الاتصال يعتبر من أهم المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة.

6- دراسة (أبو شنب، تربان، 2008م) تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدي اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات خاصة في أوقات الأزمات بوجه عام وأزمة الاقتتال الداخلي بين حركتي فتح وحماس بوجه خاص، واستخدم الباحثان المنهج المسحي لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة عددها 200 طالب، وخرجت الدراسة إلي أن الأزمة تعود وأسبابها إلي الحصار الإسرائيلي المتواصل على الأراضي الفلسطينية بوجه عام وقطاع غزة بوجه خاص، وكذلك إلي اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على الفضائيات العربية بالدرجة الأولي ثم مواقع الانترنت في الحصول على المعلومات الخاصة بالأزمة.

7- دراسة (عودة، 2008م) هدفت الدراسة إلى التعرف على أنواع الأزمات

والمخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مؤسسات التعليم العالي والإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة في الجامعة الإسلامية من حيث دورها في فعالية إدارة الأزمات التي تتعرض لها الجامعة، وكذلك التعرف على أساليب واستراتيجيات إدارة الأزمات التي استخدمتها الجامعة الإسلامية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من العاملين في الجامعة من فئة الأكاديميين والإداريين مقدراها 139مبحوثاً، وأوضحت الدراسة أن الجامعة الإسلامية تلتزم بعملية التخطيط لإدارة الأزمات قبل حدوث الأزمة، وهي تتخذ خطوات التفكير العلمي، واتخاذها للقرارات أثناء وقوع الأزمة، وكذلك تلتزم بعملية المراجعة والتقييم بعد انتهاء الأزمة، وكذلك أشارت الدراسة إلي اهتمام إدارة الجامعة بعملية الاتصالات.

8- دراسة (أسليم، 2007م) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على سمات إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية الفلسطينية، ومعرفة مدى جاهزية الوزارة في التعامل مع الأزمات المتوقعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة البالغ عدده192 , وأظهرت الدراسة وجود نظام لإدارة الأزمات في وزارة المالية بغزة، وأنه بحاجه إلي تنمية وتطوير وأن النظام يركز على مجموعة من الإجراءات العلاجية لعلاج الأزمات فور وقوعها.

9- دراسة (برغوث، 2005م) هدفت الدراسة إلي التعرف على دور العلاقات العامة أثناء الأزمة وطبيعة الوظيفة التصحيحية والعلاجية للعلاقات العامة داخل الجامعات وقت الأزمات، إضافة إلي إثبات أو نفي أن إدارة الأزمات إحدى وظائف العلاقات العامة الرئيسية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وطبقته على أربع جامعات عربية، وخرجت الدراسة بأن إدارة الأزمة لا تعتبر وظيفة فعلية من وظائف العلاقات العامة، وأن الإدارة العليا بالجامعات تسند للعلاقات العامة متابعة رد فعل الجمهور، وتنفيذ الحملات العلانية المتعلقة بالأزمة، وشرح موقف الجامعة لجماهيرها، وكذلك أشارت الدراسة إلي أن التنبؤ بالأزمة يعتبر من الأنشطة الملتصقة بالعلاقات العامة.

10- دراسة (القحطاني، 1424هـ) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على دور إدارة

العلاقات العامة بالمديرية العامة للدفاع المدني بمنطقة الرياض في المملكة العربية السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث، وتم تطبيق الدراسة على جميع العاملين بمديرية الدفاع المدني البالغ عددهم 41موظف، وخرجت الدراسة بوجود نقص في الأنظمة والقواعد الرسمية التي تحدد دور العلاقات العامة في حالة وقوع الأزمات والكوارث، وقلة الإمكانيات التنظيمية والفنية في إدارة العلاقات العامة، بالإضافة إلي وجود العديد من المعوقات منها عدم تحديد الواجبات والمسئوليات، وعدم احتواء الكفاءات البشرية، وندرة استخدام الأساليب العلمية في التعامل مع مراحل الأزمة.

11- دراسة (أبو شنب، 2002م) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حال الإعلام الفلسطيني في مراحله المختلفة كإعلام أزمة مرتبط بواقع القضية الفلسطينية، وكذلك التعرف على مبررات ودوافع الاحتلال الإسرائيلي على تجريف الأراضي والأشجار والاعتداء على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين، وكشفت الدراسة عن الحاجة إلي إدارة للازمة وفق الأصول العلمية، وتنظيم العلاقة بين المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، والفلسطينية العربية والدولية.

12- دراسة (الفهيد، 1419هـ) هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على مدى كفاءة واستعداد إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية للقيام بواجباتها في الأزمات التي قد تحدث في المنظمات التي تنتمي إليها، وطبقت الدراسة على أربع وزارت حكومية، وخرجت الدراسة بانخفاض مستوي كفاءة العاملين في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية، وقلة الإمكانيات الفنية والتنظيمية اللازمة لمواجهة الأزمات، وعدم توفر الدعم الكافي من الإدارة العليا لأنشطة العلاقات العامة، وعدم توافر الخبرات اللازمة، وكذلك عدم توافر صلاحية اتخاذ القرار.

نوع ومنهج الدراسة:

تقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وهذا الوصف لا يقف عند حدوث الوصف المجرد للظاهرة

وحركتها وعناصرها، ولكن يمتد ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها. (عبد الحميد, 2004 : 159).

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث. (حسين، 2006 : 147).

أسلوب جمع البيانات:

1- صحيفة الاستقصاء: تعتمد هذه الدراسة في جمع بياناتها العلمية على صحيفة الاستقصاء التي تعتبر أحدى الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً قبل تطبيق الاستقصاء، وتستخدم في التعرف على مجموعة من المعلومات والآراء ووجهات النظر وأنماط الممارسة من مجموعة كبيرة من المبحوثين، حيث تم تصميم صحيفة استقصاء للعاملين بإدارة العلاقات العامة والإعلام في شركة توزيع الكهرباء، وتم عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين، وتم تعديل صحيفة الاستقصاء بناءً على ملاحظاتهم.

2- المقابلة: مع المختصين في مجال العلاقات العامة والإعلام في شركة توزيع الكهرباء بالمحافظات الجنوبية، وذلك للحصول على معلومات وبيانات حول الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لجميع العاملين بإدارة العلاقات العامة والإعلام بشركة توزيع الكهرباء، حيث بلغ عدد مجتمع الدراسة 12 مبحوث موزعين على المقر الرئيسي للشركة والفروع الخمسة الموجودة في المحافظات الجنوبية.

السمات العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1)	يوضح توزيع العينة حسب السمات العامة		
السمات العامة	الفئات	التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	10	83.3
	أنثى	2	16.6
الحالة الاجتماعية	أعزب	2	16.6
	متزوج	10	83.3
	مطلق	-	-
	أرمل	-	-
سنوات الخبرة	اقل من 5 سنوات	4	33.3
	من ٥سنوات إلي 10 سنوات	5	41.6
	أكثر من 10 سنوات	3	25
الدرجة العلمية	ثانوية عامة أو اقل	-	-
	دبلوم متوسط	3	25
	بكالوريوس	8	66.6
	دراسات عليا	1	8.3
التخصص	علاقات عامة وإعلان	7	58.3
	تسويق و إدارة أعمال	2	16.6
	إعلام	3	25

يوضح الجدول السابق السمات العامة لمجتمع الدراسة، حيث يبين أن نسبة الذكور مرتفعة 83.3٪ من مجتمع الدراسة ونسبة الاناث 16.6٪، وهذا يعود لكون المجتمع الفلسطيني مجتمع ذكوري. وكذلك لطبيعة عمل الشركة في مجال الكهرباء حيث يناسب الذكور أكثر من الإناث، وكذلك يوضح الجدول أن نسبة المتزوجين بلغت 83.3٪، في حين نسبة الأعزب 16.6٪، ويوضح الجدول السابق سنوات الخبرة للعاملين حيث بلغت سنوات الخبرة من 5 سنوات إلي 10 سنوات 41.6٪.

في حين بلغت نسبة الذين خبرتهم اقل من 5 سنوات 33.3٪، والذين خبرتهم أكثر من 10 سنوات 25٪، وأوضح الجدول كذلك أن الحاصلين على درجة بكالوريوس بلغت نسبتهم 66.6٪، ونسبة الدبلوم المتوسط 25٪، وبلغت نسبة الدراسات العليا 8.3٪، وفي التخصص بين الجدول أن المتخصصين في مجال العلاقات العامة والإعلان بلغت نسبتهم 58.3٪، والمتخصصين في مجال الإعلام 25٪، والمتخصصين في مجال التسويق وإدارة الأعمال 16.6٪.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

لم يعد السؤال المطروح في الوقت الحالي هل ستأتي أزمة أم لا في المؤسسات والشركات بشكل عام ولكن السؤال المطروح هو كيفية مواجهة تلك المؤسسات والشركات لهذه الأزمات، فالأزمات أصبحت موجودة وأمر واقع وتعاني منها جميع المؤسسات بغض النظر عن مجال عملها وعن حجمها، فالأزمات من أهم سماتها أنها مفاجئة وغير متوقعة في الغالب، ولكن يبقى السؤال الأهم من ذلك كله هو مدي قدرة الإدارة العليا في المؤسسات والشركات على مواجهتها والخروج منها بأقل الخسائر، وإمكانية الاستفادة منها أيضاً.

كما إن معالجة وإدارة الأزمات هي في الأساس مسئولية الإدارة العليا في المؤسسات والشركات، لكن إدارة العلاقات العامة يبقى لها الدور الرئيسي في عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ والمتابعة لكافة العمليات الاتصالية الخاصة بإدارة الأزمة من عقد مؤتمرات وندوات وإصدار بيانات صحفية وغيرها من الوسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها، وذلك لتوصيل رسالة المؤسسة الإعلامية لجماهيرها المختلفة، فالعلاقات العامة تعتبر حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها،

وبالإضافة لدورها ووظيفتها الإستراتيجية وقت الأزمات في ترميم وتحسين الصورة الذهنية التي أثرت الأزمة فيها. ويعود اهتمام العلاقات العامة بالمشاركة في إدارة الأزمات إلي فترة مبكرة إذ إن رائد العلاقات العامة الحديثة أيفي لي قام في عام 1906 اثناء عمله لصالح شركة اميركان انثراكتي كوال انديوستري بإدارة أزمة نشبت بين هذه الشركة وعمالها أدت إلي إضرابهم عن العمل، وتعد مهمة أيفي لي هي أول إدارة مهنية للعلاقات العامة في الأزمات. (الجار الله، 77 : 2011) وبرغم ارتباط العلاقات العامة بمفهوم الأزمة منذ البدايات الأولي لوجود العلاقات العامة إلا أنها مازال دورها بسيط ومحدود في معالجة الأزمات التي تمر بها المؤسسات والشركات في مجتمعاتنا العربية، وهذا ربما يعود لعدم منح الإدارة العليا في الشركات والمؤسسات صلاحيات كافية للعلاقات العامة لممارسة أعمالها، بالإضافة إلى عدم وجود كادر متخصص ومؤهل في العلاقات العامة يمارس دوره بمهنية.

الأزمة: تعريفها وخصائصها:

يعرف قاموس مختار الصحاح الأزمة لغوياً بأنها الشدة والقحط و(أزم) عن الشئ امسك عنه، و(المأزم) المضيق، وكل طريق ضيق بين جبلين مأزم، وموضع الحرب مأزم، وكذلك عرفها قاموس المورد بأنها تغيير مفاجئ نحو الأفضل، أو نحو الأسوأ، أما اصطلاحاً فلا يوجد اتفاق بين الباحثين على تعريف واحد للأزمة وإنما يوجد العديد من التعريفات المختلفة باختلاف وجهات النظر والتركيز على الأزمة ومنها:

- الأزمة ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن، ويمثل نقطة تحول في حياة الفرد أو الجماعة أو المنظمة أو المجتمع، وغالباً ما ينتج عنه تغير كبير.
- الأزمة موقف عصيب يمكن أن يؤدي إلي نتاج سلبية.
- الأزمة هي حدث غير مرغوب فيه، يهدد بخطورة الوجود المستمر للمنظمة.
- الأزمة هي مهددة للإعمال، وإذا لم يتم التعامل معها سوف يعقبها اتجاه متوقع مدمر.
- الأزمة تقع نتيجة حدث مفاجئ غير متوقع، أو يمكن توقعه قبل أن يقع بفترة بسيطة، ومن ثم من الصعب مقابلة وملاحقة تداعياته.

وعادة ما يؤدي إلي مشاكل مادية وبشرية كثيراً ما تقصر الإمكانيات المتاحة عن مقابلته والتعامل معه بشكل فوري، وهو ما يقتضي إجراءات استثنائية خاصة تتخذ على أعلى مستويات السلطة.

ومن التعريفات السابقة نستطيع أن نخرج بالعديد من الخصائص العامة للأزمات ومنها (الجمال، 334 : 2005) :

1- الأزمة قد تكون حدثاً مفاجئاً، وقد تكون حدثاً متوقعاً كما في أزمة انقطاع التيار الكهربائي في محافظات غزة فهي متوقعة ومعروفة في ظل الأوضاع القائمة والموجودة على أرض الواقع.

2- تختلف الأزمات فيما بينها، ومن ثم تتطلب استجابات متباينة.

3- غالباً ما تحدث الأزمات نتيجة لتراكم عدد من المشكلات غير المدركة.

4- تتطلب الأزمة تخطيطاً استراتيجيا لتجنب التطورات غير المرغوبة.

5- تمثل الأزمة تهديداً للمنظمة أو سمعتها، وحال عدم التعامل معها بفاعلية تؤدي إلي تغيرات جوهرية في بنية المنظمة.

6- تتحدد الأزمات بادراك الأفراد والجماهير الأساسية لها أكثر من الوقائع الموضوعية المرتبطة بها.

عناصر الأزمة:

يوجد ثلاث عناصر أساسية للأزمة وهي :

- عنصر المفاجأة : أن الأزمة تنشأ وتتفجر في وقت مفاجئ غير متوقع بدقة وفي مكان مفاجئ أيضاً.
- عنصر التهديد: تتضمن الأزمة تهديدا للأهداف والمصالح في الحاضر والمستقبل. للمؤسسات والشركات
- عنصر الوقت: الوقت المتاح أمام صناع القرار يكون وقتا ضيقاً ومحدوداً.
- عنصر الغموض: إذ أن سمات الأزمة من حدوثها فجأة وتهديدها وعنصر الوقت لا يسمح بمعرفة وإدراك كافة جوانب الأزمة.

التصنيفات المختلفة للازمة:

يوجد العديد من التصنيفات للأزمة استناداً للعديد من المعايير التالية (شومان، 2006 : 25):

1- نوع ومضمون الأزمة: فهناك أزمات تقع في المجال الاقتصادي أو السياسي أو الأمني أو الاجتماعي أو الإداري أو غيرها.

2- النطاق الجغرافي للأزمة: وهو ما يعرف بالأزمات المحلية أو الإقليمية أو الدولية.

3- حجم الأزمة: مثل الأزمات الصغيرة أو المتوسطة أو الكبيرة.

4- المدى الزمني لظهور وتأثير الأزمة: وهي الأزمات الانفجارية السريعة التي تحدث فجأة كما تختفي بسرعة أو الأزمات البطيئة الطويلة، حيث تتطور هذه الأزمة وتظهر على السطح بالتدرج.

5- طبيعة التهديدات التي تخلق الأزمة: حيث تختلف هذه الأزمات من حيث التهديدات التي تواجها داخلية كانت أو خارجية.

أسباب حدوث الأزمات:

يرجع حدوث الأزمات إلي العديد من الأسباب المختلفة منها ما يلي (الدليمي، 101 : 2012):

1- ضعف الإمكانيات المادية والبشرية للتعامل مع الأزمات: مما يؤدي إلي تفاقم الأزمة وتحولها إلي كوارث ومضاعفة الخسائر الناجمة عنها.

2- تجاهل إشارات الإنذار المبكر: التي تشير إلي إمكانية أو احتمالات حدوث أزمة مثل شكاوي العملاء أو المشكلات المماثلة لمشكلات المنافسين التي يمكن أن تكون مؤشراً لفشل أو قصور في المنظمة.

3- عدم وضوح أهداف المنظمة وما يترتب على ذلك من: عدم وضوح الأولويات المطلوب تحقيقها، وعدم معرفة العاملين بالأدوار المطلوبة منهم، والتباطؤ في التعامل مع مؤشرات حدوث الأزمة وغيرها.

4- الخوف الوظيفي وما ينتج عنه من: عدم تشجيع العاملين على إبداء رأيهم ومقترحاتهم، غياب التغذية الراجعة، عدم مشاركة العاملين في صنع القرار، وجود حالة من اليأس لدى العاملين وغيرها.

5- ضعف نظام المعلومات ونظام صنع القرارات وما ينتج عنه من: عدم وجود معلومات سليمة تساعد على اتخاذ القرار المناسب، عدم دراسة الحلول البديلة للأزمة، مشاركة أفراد غير مؤهلين في صنع القرارات.

6- ومن ضمن الأسباب الخاصة بالأزمة في هذه الدراسة هو الحصار المفروض على محافظات الجنوبية لدولة فلسطين منذ تولي حماس الحكم عام 2007م.

مراحل الأزمة ودور العلاقات العامة في معالجتها:

تزداد أهمية العلاقات العامة في المؤسسات والشركات التي تمر بأزمات، مما يتطلب منها القيام بوظيفتها العلاجية كوظيفة أساسية بالإضافة إلي وظيفتها البنائية التي تمارسها في الأوقات الطبيعية والمستقرة للمؤسسة، وتختلف المراحل التي تمر بها الأزمات حسب أنواعها، وكذلك يختلف دور العلاقات العامة في معالجتها في كل مرحلة من هذه المراحل، فالأزمات المتراكمة تمر بثلاث مراحل وهي (جودة، 232 : 2012):

مرحلة ما قبل اندلاع الأزمة: تقوم العلاقات العامة بتسجيل الملاحظات والظواهر، وإجراء البحوث والدراسات اللازمة لدراسة اتجاهات وأراء ومواقف الجماهير الداخلية والخارجية، والتي يمكن من خلالها التنبؤ بحدوث الأزمة.

مرحلة حدوث الأزمة: وفي هذه المرحلة يتولى فريق معالجة الأزمة مهامه ويقوم بدوره في معالجة الأزمة، حيث يبادر إلي جمع معلومات عن الأزمة، وعقد اجتماع فوري حال وصول نبأ وقوع الأزمة لمناقشة التفاصيل واتخاذ القرارات التصحيحية والعلاجية لتصويب الأوضاع.

مرحلة ما بعد انتهاء الأزمة: وذلك بعد انتهاء الأزمة تأتي المرحلة الأخيرة والتي تقوم على أساس معالجة الآثار السلبية الناتجة عنها، والقيام بأعباء هذه المرحلة يقع على عاتق العلاقات العامة والتي تتبع كافة الوسائل والأساليب الاتصالية لتحسين صورة المؤسسة وإعادة الثقة في منتجاتها أو خدماتها، وتقوم بعقد الندوات والمؤتمرات الصحفية لشرح الأسباب الحقيقية وراء الأزمة، وتطمين الجمهور على أن الشركة قد اتخذت الاحتياطات والإجراءات المناسبة لمنع تكرار حدوث الأزمة في المستقبل.

متطلبات احتواء الأزمة:

يوجد العديد من المتطلبات ينبغي توافرها لتقليص حجم الأزمة أو السيطرة عليها بأي شكل من الإشكال، ومن أبرز هذه المتطلبات (العلاق، 2009: 66):

1- وجود نظام اتصال محكم يكون مفهوماً من قبل جميع الإطراف المعنية، ويخضع للصيانة والمراقبة الدائمة وبشكل متواصل.
2- وجود قاعدة بيانات تتضمن أساليب التعامل مع الأزمات يتم تحديثها باستمرار، وتكون بمثابة مزود معلومات وأفكار بحثية لكافة الأطراف.
3- وجود لجنة طوارئ وأزمات متخصصة تناط بها مسئوليات التعامل مع الأزمات وإدارتها على أن تمنح صلاحيات لأداء مهامها بالشكل الصحيح.
4- وجود كوادر متخصصة في مجال إدارة الأزمات حيث تكون هذه الكوادر قادرة على القيام وقت الأزمات بمهام التخطيط والتنظيم والاتصال والرقابة.

أساليب حل الأزمات والتعامل معها:

يوجد العديد من أساليب حل الأزمات المختلفة وكيفية التعامل معها وذلك باختلاف الأزمات نفسها من حيث نوعها وحجمها وتأثيرها وأسبابها كما أوضحنا في السابق، حيث يوجد نوعان من أساليب حل الأزمات، النوع الأول معروف ومتناول ويصطلح عليه بالطرق التقليدية، والنوع الثاني عبارة عن طرق لا تزال في معظمها قيد التجريب ويصطلح عليها بالطرق غير التقليدية. (العلاق، 2009: 90).

الطرق التقليدية: ومن هذه الطرق إنكار الأزمة، أو كبتها، أو إخمادها، أو تنفيس الأزمة، أو تفريغ الأزمة، أو عزل قوى الأزمة وغيرها.

الطرق غير التقليدية: وتضم عدة طرق منها طريقة فريق العمل، أو طريقة الاحتياطي التعبوي، أو المشاركة الديمقراطية، أو الاحتواء، أو تصعيد الأزمة، أو تفريغ الأزمة من مضمونها، أو طريقة تفتيت الأزمة، أو طريقة تدمير الأزمة ذاتياً وتفجيرها من الداخل أو طريقة احتواء وتحويل مسار الأزمة.

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية

1- اعتماد الإدارة العليا على العلاقات العامة:

أوضحت الدراسة الميدانية إن الإدارة العليا لشركة توزيع الكهرباء تعتمد أحياناً على إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، وذلك بنسبة 66.6٪.

كما هو واضح في الجدول التالي، وتتفق هذه النتيجة إلى حدا ما مع دراسة

(الجار الله، 2011م) التي بينت انخفاض نسبة الاعتماد على العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، وهذا يتطلب من الإدارة العليا للشركة زيادة الاعتماد على العلاقات العامة في معالجة الأزمات، كما وأشارت الدراسة الحالية أن الإدارة العليا في الشركة تعتمد على العلاقات العامة بنسبة 16.6٪، ولا تعتمد بنسبة 16.6٪.

جدول رقم (2)	يوضح اعتماد الإدارة العليا على العلاقات العامة	
اعتماد الإدارة العليا على العلاقات العامة	التكرار	النسبة %
نعم	2	16.6
لا	2	16.6
أحياناً	8	66.6
المجموع	12	100

2- أسباب أزمة انقطاع الكهرباء:

جدول رقم (3)	يوضح أسباب أزمة انقطاع الكهرباء	
أسباب أزمة انقطاع الكهرباء	التكرار	النسبة %
القصف الإسرائيلي لمحطة الكهرباء	11	91.6
إغلاق المعابر	12	100
زيادة الاستهلاك	11	91.6
عدم تحديث شبكات الكهرباء	9	75
الانقسام السياسي	11	91.6

يوضح الجدول السابق أسباب أزمة انقطاع الكهرباء من وجهة نظر العاملين في إدارة العلاقات العامة بشركة توزيع الكهرباء، حيث تشير نتائج الجدول إلي أن إغلاق المعابر والحصار المفروض على المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين يعتبر السبب الرئيسي للأزمة وذلك بإجماع الكل 100٪.

ثم بسبب قصف الكيان الإسرائيلي لمحطة توليد الكهرباء بالإضافة للانقسام السياسي بين حركتي حماس وفتح وكذلك بسبب زيادة الاستهلاك وذلك بنسب 91.6٪ لكل سبب على حده، ثم بسبب عدم تحديث شبكات الكهرباء منذ فترة طويلة وذلك بنسبة 75٪.

3- الجهات المشاركة في إدارة الأزمة :

جدول رقم (4)	يوضح الجهات المشاركة في إدارة الأزمة	
الجهات المشاركة في إدارة الأزمة	**التكرار**	**النسبة %**
الإدارة العليا	12	100
العلاقات العامة	9	75
مستشارين خارجيين	--	--
حكومة غزة	8	66.6
حكومة رام الله	4	33,3
دول عربية	10	83,3
دول أجنبية	--	--
أخرى	--	--

يوضح الجدول السابق الجهات المشاركة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، حيث يبين الجدول أن الإدارة العليا لشركة توزيع الكهرباء تشارك بشكل كامل في إدارة الأزمة 100٪.

ثم بمشاركة بعض الدول العربية بنسبة 83.3٪، ثم مشاركة إدارة العلاقات العامة بالشركة وذلك بنسبة 75٪، ثم بمشاركة حكومة غزة بنسبة 66.6٪، ثم بمشاركة حكومة رام الله بنسبة 33.3٪.

4- دور العلاقات العامة عند حدوث الأزمة:

يوضح الجدول التالي دور العلاقات العامة عند حدوث الأزمة، حيث يبين أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به إدارة العلاقات العامة وذلك بنسبة 83.3٪، ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي بنسبة 66.6٪ لكل منهما على حده.

ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام وذلك بنسبة 58.3٪، ثم باقي الأدوار بنسب اقل كما هو واضح في الجدول.

جدول رقم (5)	يوضح دور العلاقات العامة عند حدوث الأزمة	
دور العلاقات العامة عند حدوث الأزمة	**التكرار**	**النسبة %**
الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة	10	83.3
متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور	8	66.6
متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام	7	58.3
مخاطبة الرأي العام العربي	8	66.6
مخاطبة الرأي الغربي	3	25
تنفيذ حملة إعلامية	3	25
التنسيق والتواصل مع الإدارات المختلفة	2	16.6

5- مدى كفاية أنشطة العلاقات العامة:

جدول رقم (6)	يوضح مدي كفاية أنشطة العلاقات العامة	
مدي كفاية أنشطة العلاقات العامة	التكرار	النسبة %
كافية	3	25
كافية بدرجة متوسطة	6	50
غير كافية	3	25
المجموع	12	100

يوضح الجدول السابق مدي كفاية أنشطة العلاقات العامة التي تستخدمها في أزمة انقطاع الكهرباء، حيث يبين الجدول أنها كافية من وجهه نظر العاملين بالعلاقات العامة بدرجة متوسطة بنسبة 50٪، وكافية وغير كافية بنسبة 25٪ لكل منهما على حده.

6- الفترات النشطة لاستخدام أنشطة العلاقات العامة :

يوضح الجدول التالي إلي اهتمام إدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء لاستخدام أنشطة العلاقات العامة قبل حدوث الأزمة وذلك بنسبة 66.6٪، ويقل الاستخدام أثناء الأزمة وذلك بنسبة 33.3٪. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الجار الله، 2011م) التي أشارت إلي تدني نسبة ممارسة العلاقات العامة لأنشطتها ومهامها أثناء الأزمة وبعدها.

7- المسئول عن القيام بالأنشطة الاتصالية:

جدول رقم (7)	يوضح الفترات النشطة لاستخدام أنشطة العلاقات العامة	
الفترات النشطة	التكرار	النسبة %
طوال العالم	--	--
قبل حدوث الأزمة	8	66,6
فترة الأزمة	4	33,3
بعد انتهاء الأزمة	--	100

يوضح الجدول السابق من المسئول عن القيام بالأنشطة الاتصالية وقت أزمة انقطاع الكهرباء، حيث يشير الجدول إلي الاشتراك بين العلاقات العامة والإدارة العليا في القيام بالأنشطة الاتصالية وذلك بنسبة 75٪، في حين رأي 25٪ من مجتمع الدراسة إلي أن العلاقات العامة وحدها هي من تقوم بالأنشطة الاتصالية وقت الأزمة.

8- مدى كفاية المخصصات المالية:

يوضح الجدول (9) مدي كفاية المخصصات المالية لاستخدام وسائل الاتصال في العلاقات العامة في أزمة انقطاع الكهرباء، حيث تشير بيانات الجدول أن المخصصات المالية غير كافية وذلك بنسبة مرتفعة 83.3٪، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الأشقر، 201م) التي أشارت إلي عدم كفاية الموارد المادية، كما أوضحت الدراسة الحالية إن المخصصات المالية كافية بدرجة متوسطة بنسبة 16.6٪.

جدول رقم (9)	يوضح مدي كفاية المخصصات المالية	
مدي كفاية المخصصات المالية	**التكرار**	**النسبة %**
كافية	--	--
كافية بدرجة متوسطة	2	16,6
غير كافية	10	83,3
المجموع	12	100

9- الوسائل الاتصالية المستخدمة:

يوضح الجدول السابق أن من أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في أزمة انقطاع الكهرباء هي المؤتمرات الصحفية وذلك بنسبة 91.6٪، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الأشقر، 2012م) التي أوضحت أن الاتصالات الرسمية تعتبر أهم الاتصالات المستخدمة وقت الأزمة، ثم جاء الإعلان والإذاعة والتلفزيون بنسبة 83.3٪ في الدراسة الحالية لكل منهما على حده، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 58.3٪، ثم باقي الوسائل والأساليب بنسب اقل كما هو واضح في الجدول.

جدول رقم (10)	يوضح الوسائل الاتصالية المستخدمة	
الوسائل الاتصالية المستخدمة	التكرار	النسبة %
الاتصال الشخصي	6	50
الإعلان	10	83.3
الصحف والمجلات	5	41.6
الإذاعة	10	83.3
التلفزيون	10	83.3
المؤتمرات الصحفية	11	91.6
موقع الشركة الالكتروني	6	50
مواقع التواصل الاجتماعي	7	58.3

10- معايير اختيار الوسائل الاتصالية:

يوضح الجدول السابق معايير اختيار الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة مع الجمهور المستهدف وقت أزمة انقطاع الكهرباء، حيث يبين الجدول أن الميزانية المتاحة تعتبر من أهم المعايير حيث يوجد اتفاق كامل بين مجتمع الدراسة وذلك بنسبة 100 ٪، ثم يأتي معيار تكلفة الوسيلة في الترتيب وذلك بنسبة 91.6 ٪، ثم حجم الأزمة بنسبة 75٪، ثم الأهداف الاتصالية المطلوب تحقيقها وذلك بنسبة 58.3٪، ثم باقي المعايير بنسب اقل كما هو واضح في الجدول.

جدول رقم (11)	يوضح معايير اختيار الوسائل الاتصالية	
معايير اختيار الوسائل الاتصالية	التكرار	النسبة %
الميزانية المتاحة	12	100
تكلفة الوسيلة	11	91,6
خصائص النشاط الاتصالي	5	41,6
الأهداف الاتصالية المطلوب تحقيقها	7	58,3
حجم الأزمة	9	75
خصائص الجمهور المستهدف	3	25
تقييم الأنشطة الاتصالية السابقة	--	--

11- الرسالة الإعلامية للعلاقات العامة وقت الأزمة:

جدول رقم (12)	يوضح الرسالة الإعلامية للعلاقات العامة وقت الأزمة	
الرسالة الإعلامية	التكرار	النسبة %
كيفية معالجة الشركة للازمة	10	83,3
توعية الجمهور بمخاطر الأزمة	11	91,6
أسباب الأزمة	11	91,6
أهداف الشركة	5	41,6
أهم الخدمات المقدمة	2	166,6
معلومات عن الاتصال بالشركة	9	75

يوضح الجدول السابق مضمون الرسالة الإعلامية التي تحرص العلاقات العامة على توصيلها للجمهور المستهدف وقت أزمة انقطاع الكهرباء، حيث يبين الجدول

أن الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور تحتوي على أسباب الأزمة، وكذلك كيفية توعية الجمهور بمخاطر الأزمة جاء في المقام الأول وذلك بنسبة 91.6 ٪ لكل منهما على حده، ثم كيفية معالجة الشركة للأزمة وذلك بنسبة 83.3٪، ثم معلومات عن كيفية الاتصال بالشركة بنسبة75 ٪، ثم أهداف الشركة بنسبة 41.6 ٪، وجاء في الترتيب الأخير أهم الخدمات المقدمة للجمهور وذلك بنسبة 16.6 ٪.

12- مدى كفاية الرسالة الإعلامية الموجهة:

جدول رقم (13)	يوضح مدي كفاية الرسالة الإعلامية الموجهة	
مدي كفاية الرسالة الإعلامية	التكرار	النسبة %
كافية	2	16.6
كافية بدرجة متوسطة	2	16.6
غير كافية	10	66.6
المجموع	12	100

يوضح الجدول السابق أن الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور وقت الأزمة غير كافية وذلك بنسبة 66.6٪ من حجم مجتمع الدراسة، وأنها كافيه وكافيه بدرجة متوسطة بنسبة 16.6٪ لكل منهما على حده، وهو ما يتطلب من إدارة العلاقات العامة في الشركة لإعادة صياغة الرسالة الإعلامية الموجهة بما يتناسب مع خصائص الجمهور.

13- مدى استجابة الجمهور للرسالة الإعلامية:

جدول رقم (14)	يوضح مدي استجابة الجمهور للرسالة الإعلامية	
مدي استجابة الجمهور	التكرار	النسبة %
كافية	--	--
كافية بدرجة متوسطة	3	25
غير كافية	9	75
المجموع	12	100

يوضح الجدول السابق أن استجابة الجمهور للرسالة الإعلامية الموجهة لهم وقت أزمة انقطاع الكهرباء هي استجابة غير كافية وذلك بنسبة 75 ٪، وأنها كافيه بدرجة متوسطة بنسبة 25٪، وهو ما يتفق مع نتائج الجدول السابق في عدم كفاية الرسالة الإعلامية من وجهه نظر العاملين في إدارة العلاقات العامة في الشركة، وهذا ما يدعو أدارة العلاقات العامة في الشركة لتغيير الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع الجمهور المستهدف.

14- إجراء العلاقات العامة لبحوث الرأي العام:

يوضح الجدول السابق أن إدارة العلاقات العامة في الشركة لا تقوم بإجراء بحوث الرأي العام وذلك بنسبة 66.6 ٪، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الجار الله، 2011م) التي أشارت إلي ندرة إجراء العلاقات العامة للدراسات والأبحاث في مرحلة ما قبل الأزمة، وهي نسبة مرتفعة توضح الخلل الواضح في عمل إدارة العلاقات العامة باستبعادها لبحوث الرأي العام برغم أهميتها وكونها المرحلة الأولي في التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ووظيفتها الأساسية، في حين نسبة من أشاروا بإجراء بحوث الرأي العام 33.3 ٪.

جدول رقم (15) يوضح إجراء العلاقات العامة لبحوث الرأي العام

إجراء بحوث الرأي العام	التكرار	النسبة %
نعم	4	33.3
لا	8	66.6
المجموع	12	100

15- الأهداف التي تسعي العلاقات العامة لتحقيقها :

جدول رقم (16)	يوضح الأهداف التي تسعي العلاقات العامة لتحقيقها	
الأهداف	التكرار	النسبة %
تكوين صورة ايجابية عن الشركة	8	66.6
كسب ثقة الجمهور	8	66.6
بناء علاقات مع العاملين في مجال الإعلام	6	50
توعية الجمهور بأبعاد الأزمة	10	83.3
الرد على الانتقادات الموجهة للشركة	10	83.3

يوضح الجدول السابق الأهداف التي تسعي إدارة العلاقات العامة لتحقيقها في شركة توزيع الكهرباء، حيث يبين الجدول أن هدف توعية الجمهور بإبعاد الأزمة، وكذلك الرد على الانتقادات الموجهة للشركة تعتبر من أكثر الأهداف تسعى العلاقات العامة لتحقيقها وذلك بنسبة 83.3٪ لكل هدف على حده، ثم تكوين صورة ايجابية عن الشركة وكسب ثقة الجمهور بنسبة 66.6٪ لكل منهما على حده، ثم بناء علاقات مع العاملين في مجال الإعلام بنسبة 50٪.

16- الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة:

يوضح الجدول السابق أن أهم الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء في أزمة انقطاع الكهرباء هو عدم توفر ميزانية للعلاقات العامة وذلك بنسبة 91.66 ٪، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الأشقر، 2011م) التي أشارت إلي عدم كفاية الموارد المادية، ولكنها تختلف مع دراسة (عودة، 2008) التي أشارت أن لدى الجامعة الإسلامية الإمكانيات المادية والبشرية لإدارة أزماتها، ثم جاء من الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في الدراسة الحالية عدم الاهتمام بتوصيات إدارة العلاقات العامة بنسبة 75٪، ثم عدم وجود خلية لإدارة الأزمة، وعدم وجود قاعدة بيانات وذلك بنسبة 66.66٪ لكل منهما على حده، ثم صعوبة عدم توفر متخصصين بنسبة 50٪، ثم صعوبة التنسيق بين جميع الأنشطة الاتصالية وذلك بنسبة 41.66٪.

جدول رقم (17)	يوضح الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة	
الصعوبات	**التكرار**	**النسبة %**
عدم وجود ميزانية	11	91.6
عدم توفر متخصصين	6	50
عدم الاهتمام بتوصيات إدارة العلاقات العامة	9	75
عدم وجود خلية لإدارة الأزمة	8	66.6
عدم وجود قاعدة بيانات	8	66.6
صعوبة التنسيق بين جميع الأنشطة الاتصالية	5	41.6

17- اقتراحات العاملين في إدارة العلاقات العامة:

يوضح الجدول التالي اقتراحات العاملين في إدارة العلاقات العامة لتحسين العمل وقت أزمة انقطاع الكهرباء، حيث اتفق مجتمع الدراسة وبشكل كامل على ضرورة اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة في حل الأزمات، وكذلك توفير الإمكانيات المادية والبشرية للعلاقات العامة، ثم اقتراح بإنشاء وحدة لإدارة الأزمة وذلك بنسبة

جدول رقم (18)	يوضح اقتراحات العاملين في إدارة العلاقات العامة	
الاقتراحات	**التكرار**	**النسبة %**
اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة في حل الأزمات	12	100
اهتمام الإدارة العليا بإجراء بحوث الرأي العام	8	66.6
وضع الرجل المناسب في المكان المناسب	7	58,3
توفير الإمكانيات المادية والبشرية للعلاقات العامة	12	100
تفويض السلطة وإعطاء صلاحيات للعاملين	8	66.6
التعاون والتنسيق بين كافة الإدارات بالشركة	7	58,3
التعاون والتنسيق بين كافة الإدارات بالشركة	9	75

75٪، ثم بضرورة اهتمام الإدارة العليا بإجراء بحوث الرأي العام وتفويض السلطة وإعطاء صلاحيات للعاملين بالعلاقات العامة وذلك بنسبة 66.6٪ لكل اقتراح على حده، ثم التعاون والتنسيق بين كافة الإدارات بالشركة بنسبة 58.3٪.

نتائج الدراسة :

خرجت الدراسة الميدانية بالعديد من النتائج من أهمها :

- أوضحت الدراسة الميدانية إن الإدارة العليا لشركة توزيع الكهرباء تعتمد أحياناً وبنسبة كبيرة 66.6 ٪ على إدارة العلاقات العامة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، وهي نسبة مقبولة إلي حد ما، وهي توضح مدي اهتمام الإدارة العليا للعلاقات العامة ولكن ليس بالدرجة المطلوبة.
- أشارت الدراسة أن أهم أسباب أزمة انقطاع الكهرباء هو إغلاق المعابر والحصار المفروض على المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين منذ عام 2006م بعد تولي حركة حماس الحكم، ثم بسبب قصف الكيان الإسرائيلي لمحطة توليد الكهرباء والانقسام السياسي بين حركتي حماس وفتح، ثم بسبب زيادة الاستهلاك وعدم تحديث شبكات الكهرباء منذ فترة طويلة.
- بينت الدراسة الجهات المشاركة في إدارة أزمة انقطاع الكهرباء، حيث جاءت الإدارة العليا للشركة في الترتيب الأول وهذا شئ طبيعي من القائمين بالعمل في الشركة، ثم مشاركة بعض الدول العربية مثل قطر ومساهماتها في إدخال السولار لمحطة توليد الكهرباء، ثم إدارة العلاقات العامة في الشركة ودورها في الاتصالات مع الجمهور المستهدف لنشر رسالة الشركة الإعلامية.
- أوضحت الدراسة أن الاتصال بوسائل الإعلام وتوضيح موقف الشركة كان أهم دور تقوم به العلاقات العامة عند حدوث الأزمة، ثم متابعة ردود الأفعال المختلفة للجمهور تجاه الأزمة ومخاطبة الرأي العام العربي، ثم متابعة ما ينشر بوسائل الإعلام.
- أشارت الدراسة أن الأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة في أزمة انقطاع الكهرباء كافية بدرجة متوسطة وغير كافية بنسب اقل.

- بينت الدراسة إلي اهتمام إدارة العلاقات العامة لاستخدام أنشطة العلاقات العامة قبل حدوث الأزمة بشكل كبير، ثم الاهتمام بشكل اقل أثناء الأزمة،
- بينت الدراسة أن المسئول عن القيام بالأنشطة الاتصالية وقت أزمة انقطاع الكهرباء هو العمل المشترك بين إدارة العلاقات العامة والإدارة العليا في الشركة.
- أشارت الدراسة أن المخصصات المالية في إدارة العلاقات العامة لاستخدام وسائل الاتصال في أزمة انقطاع الكهرباء غير كافية وبشكل كبير، وهذا ربما يعود إلي الأزمة المالية الذي تعاني منها شركة توزيع الكهرباء.
- بينت الدراسة أن المؤتمرات الصحفية التي تعقدها شركة توزيع الكهرباء من أهم الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في أزمة انقطاع الكهرباء، وذلك يرجع إلى كبر حجم الجمهور المستهدف سواء على الصعيد المحلي أو على الصعيد العربي والدولي وبالتالي تعتبر المؤتمرات الصحفية أفضل وسيلة اتصال للوصول للجمهور المستهدف في هذه الحالة، ثم يأتي بعد ذلك الإعلان، ثم الإذاعة، ثم التلفزيون، ثم مواقع التواصل الاجتماعي في الدرجة الأخيرة وهو يوضح عدم اهتمام الشركة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- أوضحت الدراسة أن الميزانية المتاحة تعتبر من أهم معايير اختيار الوسائل والأساليب الاتصالية حيث يوجد اتفاق كامل بين مجتمع الدراسة، ثم يأتي بعد ذلك معيار تكلفة الوسيلة الاتصالية، ثم حجم الأزمة، ثم الأهداف الاتصالية المطلوب تحقيقها.
- بينت الدراسة أن من الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور تكون متضمنة أسباب الأزمة ورسالة عن كيفية توعية الجمهور بمخاطر الأزمة، ثم كيفية معالجة الشركة للازمة، ثم معلومات عن كيفية الاتصال بالشركة، ثم أهداف الشركة، وجاء في الترتيب الأخير أهم الخدمات المقدمة للجمهور.
- أشارت الدراسة أن الرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور وقت الأزمة غير كافية بنسبة كبيرة، وهذا يدعو إدارة العلاقات العامة في الشركة إلي توجيه رسائل متنوعة تناسب طبيعة الاختلاف بين فئات الجمهور والهدف من توجيه الرسالة الإعلامية.

- بينت الدراسة أن استجابة الجمهور للرسالة الإعلامية الموجهة لهم وقت أزمة انقطاع الكهرباء هي استجابة غير كافية، وهو ما يتفق مع النتيجة السابقة في عدم كفاية الرسالة الإعلامية من وجهه نظر العاملين في إدارة العلاقات العامة في الشركة، وهذا ما يدعو أدارة العلاقات العامة في الشركة لتغيير الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع الجمهور المستهدف.

- خلصت الدراسة إلي عدم قيام إدارة العلاقات العامة في الشركة بإجراء بحوث الرأي العام بنسبة كبيرة، وهي نسبة مرتفعة توضح الخلل الواضح في عمل إدارة العلاقات العامة باستبعادها لبحوث الرأي العام برغم أهميتها وكونها المرحلة الأولي في التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة ووظيفتها الأساسية.

- أشارت الدراسة أن هدف توعية الجمهور بإبعاد الأزمة وكذلك الرد على الانتقادات الموجهة للشركة يعتبران من أكثر الأهداف الرئيسية النى تسعي إدارة العلاقات العامة لتحقيقها، ثم تكوين صورة ايجابية عن الشركة وكسب ثقة الجمهور، ثم بناء علاقات مع العاملين في مجال الإعلام.

- خلصت الدراسة أن أهم الصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في شركة توزيع الكهرباء في أزمة انقطاع الكهرباء هو عدم توفر ميزانية للعلاقات العامة، ثم عدم الاهتمام بتوصيات إدارة العلاقات العامة، ثم عدم وجود خلية لإدارة الأزمة، وعدم وجود قاعدة بيانات ثم صعوبة عدم توفر متخصصين، ثم صعوبة التنسيق بين جميع الأنشطة الاتصالية.

- أوضحت الدراسة أن أهم اقتراحات العاملين في إدارة العلاقات العامة لتحسين العمل وقت أزمة انقطاع الكهرباء هو ضرورة اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة في حل الأزمات، وكذلك توفير الإمكانيات المادية والبشرية للعلاقات العامة، ثم اقتراح بإنشاء وحدة لإدارة الأزمة، ثم بضرورة اهتمام الإدارة العليا بإجراء بحوث الرأي العام وتفويض السلطة وإعطاء صلاحيات للعاملين بالعلاقات العامة، ثم التعاون والتنسيق بين كافة الإدارات بالشركة، وهذه النتائج تتفق مع نتائج الفقرة السابقة الخاص بالصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة.

توصيات ومقترحات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة السابقة نستطيع تقديم العديد من المقترحات سواء للإدارة العليا في المؤسسات أو دوائر العلاقات العامة الموجودة بها، والتي قد تساهم في رفع كفاءة العمل في إدارات العلاقات العامة في الشركات والمؤسسات من أهمها :

- أهم توصية هي ضرورة السعي لإنهاء الانقسام الفلسطيني الفلسطيني لأنه يعتبر من الأسباب الرئيسية لأزمة انقطاع الكهرباء وإعادة اللحمة بين فئات الشعب الواحد حيث يساهم ذلك إلي حد كبير على التغلب على هذه الأزمة، ومواجهة إغلاق المعابر والحصار المفروض على المحافظات الجنوبية.
- زيادة اهتمام الإدارة العليا في الشركات والمؤسسات بدوائر العلاقات العامة للقيام بوظائفها الأساسية وخاصة في فترة الأزمات ومنحها صلاحيات كاملة.
- توفير الإمكانيات المادية والبشرية المؤهلة في العلاقات العامة والقادرة على القيام بواجباتها على أكمل وجه خاصة في فترة الأزمات.
- زيادة الاهتمام بإجراء بحوث الرأي العام في دوائر العلاقات العامة باعتبار البحوث وظيفة أولية للعلاقات العامة تعتمد عليها العلاقات العامة في عملية التخطيط والاتصال والتقييم.
- ضرورة تغيير الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع خصائص الجمهور المستهدف سواء الجمهور المحلي أو العربي أو الدولي، وتوضيح أسباب الأزمة وتداعياتها، وطبيعة الدور المطلوب من الجمهور للمساهمة في التخفيف من آثار الأزمة.
- ضرورة تشكيل خلية لإدارة الأزمة تضم كوادر مؤهلة سواء من داخل الشركة أو من خارجها تكون قادرة على القيام بواجباتها خاصة أن الأزمة لها تأثير على المجتمع الفلسطيني ككل.

مراجع البحث الثاني عشر

- بشير العلاق (2009) العلاقات العامة في الأزمات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- حسين أبو شنب وآخرون (2008) اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسال الإعلام الجديدة على الحصول على المعلومات أثناء الأزمات. دراسة تطبيقية على الأزمة الداخلية الفلسطينية، القاهرة: المؤتمر الرابع للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام.
- حسين أبو شنب (2002) الإعلام الفلسطيني في مواجهة الأزمات. القاهرة: المؤتمر العلمي الرابع لقسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية.
- خالد إدريس دحلان(2012) اثر التغيير على مستوى رضا العاملين بشركة توزيع الكهرباء بمحافظات غزة، دراسة ميدانية، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية.
- راسم محمد الجمال وآخرون (2005) إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
- رهام راسم عودة (2008) واقع إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي بقطاع غزة، دراسة تطبيقية على الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية.
- سامي أبو عزيز (2010) معوقات إدارة الأزمات في وزارة الصحة الفلسطينية في ظل الحصار. دراسة حالة قطاع غزة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية.
- سليمان الحميدي (2010) فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بأجهزة وزارة الداخلية بالرياض. جامعة الأمير نايف العربة للعلوم الأمنية.
- سمحي محمد القحطاني (2004) دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث. دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في الدفاع المدني، قسم العلوم الإدارية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- سمير محمد حسين (2006) دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- صلاح يوسف الأشقر (2012) مدي فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني، دراسة مسحية على المناصب الإشرافية في الإدارات المركزية في الشق المدني بوزارة الداخلية والأمن الوطني – غزة، كلية التجارة الجامعة الإسلامية.,

- عبد الرازق الدليمي (2012) الإعلام وإدارة الأزمات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- على برغوث(2005) دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الجامعية. القاهرة: المؤتمر السنوي السابع لإدارة الأزمات والكوارث، وحدة بحوث الأزمات، جامعة عين شمس.
- على بن محمد بن على الفهيد(2000) دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات. دراسة استطلاعية لبعض إدارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية، الرياض: كلية العلوم الإدارية,جامعة الملك سعود.
- ماجد بن عبد الله الجار الله (2011) جهود إدارات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- محفوظ احمد جودة (2012) العلاقات العامة ?مفاهيم معاصرة. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- محمد شومان (2006) الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات عملية. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الحميد (2004) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
- وسام صبحي أسليم (2007) سمات إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية الفلسطينية. دراسة ميدانية على وزارة المالية في غزة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية.
- مقابلة مع الأستاذ: جمال الدردساوي مدير عام العلاقات العامة بشركة توزيع الكهرباء، في مكتبه بتاريخ 10/ 3/ 2014م.

13

البحث الثالث عشر

معالجة الصحافة المكتوبة الجزائرية للعشرية السوداء

أزمة الإرهاب 2000-1990

«دراسة ميدانية على عينة من صحافيي الجرائد المستقلة»

د.جهاد الغرام
أستاذ مشارك بقسم الإعلام والاتصال
جامعة د.يحي فارس بالمدية – الجزائر

ملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على طرق معالجة الصحافة المكتوبة لأزمة الإرهاب (1990-2000) وتأثيراتها على العمل الصحفي في تلك الفترة. نظرا لعدم وجود تنوع في القطاع السمعي البصري الذي كان محتكرا من طرف الدولة، بينما شهدت الصحافة المكتوبة انفتاح في مجال الإصدار والطباعة منذ صدور قانون 1990 الذي سمح بالتعددية الإعلامية، ما جعلها الأكثر قدرة على التأثير في الرأي العام، والتأثير على اتجاهاته، لاعتماد الجمهور الجزائري عليها لمتابعة الأحداث ولاسيما الوطنية، والتي خصصت الصحافة الجزائرية والمستقلة منها بالخصوص حيزا معتبرا على صفحاتها لنقل الأخبار المتعلقة بالإرهاب. وأشارت نتائج الدراسة الى دور صحافيي الجرائد المستقلة في التعامل مع هذه الأزمة بمختلف مستوياتها اعلاميا، وأثرها على تشكيل الراي العام الجزائري اتجاهها.

البحث الثالث عشر

معالجة الصحافة المكتوبة الجزائرية للعشرية السوداء أزمة الإرهاب 1990-2000

"دراسة ميدانية على عينة من صحافيي الجرائد المستقلة"

مقدمـة

لقد عانى الشعب الجزائري أزمة الإرهاب ما بين الفترة الممتدة من 1990–2000، جعلت المواطن الجزائري البسيط الذي يرغب في التعرف على الأزمة التي يواجهها، ويتعرف على الأساليب المناسبة للتعامل معها، وكيفية التغلب عليها وتجاوزها، اللجوء للإعلام باعتباره المصدر الأول، إن لم يكن الوحيد للوصول إلى المعلومة، و عرفت الساحة الإعلامية ولاسيما الصحافة المكتوبة في الجزائر عدة تطورات وعايشت عدة أحداث، ورغم التقدم التكنولوجي الذي أنتج وسائل حديثة ومتطورة إلا أن الصحافة ظلت محافظة على وجودها وأثبتت قدرتها على البقاء والاستمرار باعتبارها ضرورة إعلامية وثقافية وفكرية وسياسية، خاصة خلال فترة العشرية السوداء الممتدة من 1990–2000، حيث كانت الجزائر خلال العشر سنوات تعيش مرحلة حالة الطوارئ الناتجة عن الأزمة الأمنية والانسداد السياسي إلى مرحلة الوئام المدني والمصالحة الوطنية والاستقرار السياسي والاجتماعي في بدايات عام 2000، ما اثر سلبا على القطاع الإعلامي رغم ما عرفته تلك المرحلة من توجه جديد للتحول الديمقراطي نحو انفتاح القطاع السمعي البصري وذلك بعد إقرار التعددية السياسية في الجزائر والتي صاحبتها تعددية إعلامية حيث صدر قانون الإعلام الثاني في عام 1990، والذي يضع نهاية لاحتكار الدولة لوسائل الإعلام،إلا أنه بقي قطاع السمعي البصري تابعا للدولة، وبرزت الصحافة المستقلة كعنصر فعال وهام على الساحة الإعلامية و حظيت بمتابعة صحفية واسعة لأحداث الإرهاب ساهمت بشكل كبير في

بلورة وتوجيه الرأي العام في تلك الفترة، ورغم أن هذه الأوضاع قد أظهرت قدرة الصحافة في معالجة وتغطية أزمة الإرهاب إلا أنها أثرت بالسلب على الممارسة المهنية للصحفيين الذي حصد أرواح العديد من الصحفيين خلال هذه العشرية.

مشكلة الدراسة:

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التطرق إلى انعكاسات الأحداث والتطورات التي عرفتها العشرية السوداء من عام 1990 إلى 2000 على الصحافة المكتوبة المستقلة في الجزائر، والتي عايشت حالتين مختلفتين تتمثلان في "التعددية الإعلامية والأزمة الأمنية وحالة الطوارئ"، وعليه فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على السؤال التالي:

كيف أثرت الأوضاع الأمنية على معالجة صحفيي الجرائد المستقلة الجزائرية لازمة الإرهاب في الجزائر ما بين عامي 1990- 2000؟.

أهداف الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية والتي سلطت الضوء على الأوضاع الأمنية لمعالجة صحفيي الجرائد المستقلة الجزائرية لازمة الإرهاب في الجزائر (1990- 2000)، وذلك بغية تحقيق الآتي:

1 - إبراز الأجواء التي عمل بها صحفيي الجرائد المستقلة أثناء فترة ازمة الإرهاب.

2 - تحديد المصادر التي اعتمد عليها الصحفيين في عملهم الصحفي أثناء فترة الإرهاب.

3 - تحديد القوالب الإعلامية التي اعتمد عليها الصحفيين في معالجتهم الصحفية للازمة.

4 - تحديد الطابع الذي اعتمد عليه الصحفيين في معالجتهم الصحفية للازمة.

المحور الأول: مقاربة نظرية عن الموضوع (الأزمة الأمنية والصحافة المستقلة في الجزائر)

أولا: الصحافة المكتوبة المستقلة في الجزائر

يعود ظهور الصحافة المكتوبة المستقلة في الجزائر إلى سنة 1990 مباشرة بعد صدور أول قانون للإعلام (90/ 04)، والذي كان انطلاقة جديدة في تاريخ

الصحافة الجزائرية، فأصبح إصدار الصحف حرا من غير قيود مفروضة من قبل المشرع الجزائري ما يؤدي إلى تراجع الدولة عن احتكار ميدان إصدار الصحف، الذي لم يعد ذلك حكرا عليها وفقا للأمر الصادر في قانون 82/ 01 المؤرخ في 06 فيفري 1982، وبات بإمكان كل أي شخص طبيعي أو معنوي تتوفر فيه الشروط القانونية إصدار صحيفة، ويذكر أن هذا القانون لم يأت هكذا، بل كان ثمرة عدة أحداث وتحولات عرفتها البلاد، أهمها كانت أحداث 5 أكتوبر 1988 التي عرفت انتفاضة شعبية ضد النظام مطالبة بالتغيير) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون إعلام 90–07 المواد 56 و59).

يتحدد هذا النوع من الصحف هي الجرائد الخاصة المستقلة عن الدولة، وهي خاصة بالمفهوم المادي والتجاري أي أن ملكيتها ونشاطها من نشر وتحرير وتوزيع صادر عن شخص أو مجموعة أشخاص، وتعود أرباح هذا النشاط لنفس الشخص المالك، وله الحق في تسيير مؤسسته الإعلامية حسب إرادته الخاصة، ووفق القواعد المحددة في القانون، فهي مستقلة بالمفهوم المعنوي عن القطاع العمومي،أي أنها غير تابعة بشخصية الشركة المعنوية لوصاية الحكومة أو المؤسسة من مؤسسات الدولة ذات طابع عمومي، الشيء الذي يؤكد طبيعة استقلالية الصحفيين التي تكون وفق وجهين أساسيين هما:

- وجه مادي، بحيث تكون ملكية الصحيفة خاصة
- وآخر معنوي وهذا يعكس أساسا عدم تبعية الصحيفة للحكومة من خلال خطها الافتتاحي.

هكذا، تميز المشهد الإعلامي الجزائري بظهور ثلاث أنواع من الصحافة، تتحدد في: الصحافة الحزبية الصحافة العمومية، الصحافة الخاصة"، وهي كما يلي (قيراط محمد، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر: ص ص 123–125):

أ - **الصحافة الحزبية**: وتتحدد في الصحف الصادرة عن الأحزاب السياسية، ففي سنة 1991 توفرت الساحة السياسية على يومية واحدة و19 صحيفة أسبوعية وأربع دوريات ناطقة باللغة العربية إلى جانب يومية واحدة و12 صحيفة أسبوعية

ناطقة باللغة الفرنسية، نجد أبرزها صحيفة المنتقد، الهداية، الفرقان للجبهة الإسلامية للإنقاذ، وصحيفة النبأ التابعة لحركة المجتمع الإسلامي سابقا وحركة السلم حاليا، وصحيفة "L'avenir" التابعة لحزب التجمع من اجل الثقافة والديمقراطية، وصحيفة التقدم للحزب الاجتماعي الديمقراطي، وصحيفة LIBE-RALGERIE لجبهة القوى الاشتراكية، لكن سرعان ما اختفت هذه الصحف عن الساحة السياسية الواحدة تلوى الأخرى بسبب المنافسة التي عرفتها الساحة الإعلامية، إضافة إلى افتقار أغلب الصحف إلى عنصر الإشهار الذي يعد عنصرا فعالا في حياة الجريدة و استمراريتها.

ب- **الصحف الحكومية**: فهي التابعة للقطاع العام، إذ بقيت الدولة تشرف عليها، ونجد في هذا الصدد 5 يوميات وأربع صحف أسبوعية، وشهرية واحدة باللغة العربية، ويوميتان وأسبوعيتان باللغة الفرنسية، وتتحدد هذه الجرائد في: الشعب، المساء الجمهورية، السلام، النصر والمجاهد باللغة العربية، (L'Horizon) باللغة الفرنسية.

جـ- **الصحافة الخاصة**: وقد أطلقت عليها تسمية "الصحف المستقلة" نظرا لاستقلاليتها سياسيا وماليا عن السلطة السياسية والأحزاب، وهي في مجملها صحف يملكها أصحاب الأموال ورجال الأعمال، وقد بلغ عدد هذه الصحف حتى نهاية 1990، 26 يومية و63 أسبوعية وأكثر من 90 دورية ما بين نصف شهرية وشهرية باللغتين العربية و الفرنسية.

ثانياً: أسباب وعوامل ظهور الصحافة المكتوبة المستقلة

عرفت الصحافة المستقلة في الجزائر تطورا كميا وازدهارا ملحوظا في بداياتها الأولى، عكسته عشرات العناوين الصحفية نتيجة فتح المجال لظهور الصحف ودعمها من قبل الحكومة الجزائرية التي شجعت إنشاء صحافة مستقلة خصوصا مع وجود أسباب ودوافع أدت إلى ازدهارها، نذكر منها:

- إقرار التعددية الإعلامية بموجب قانون الإعلام 1990: اذ عرفت الصحافة الخاصة عدة تطورات منذ نشأتها من حيث النوع وعدد العناوين، سمح هذا القانون بصدور العشرات من العناوين الإعلامية، ويذكر ان الدولة الجزائرية بمقتضى الدعم

المادي الذي منحته قد ساهمت كثيرا في ارتفاع عدد عناوين الصحف الخاصة المكتوبة، حيث خصصت أجر سنتين كاملتين للصحفيين العاملين بهذه الجرائد، و منح قروض مالية لمن يرغب في تأسيس صحف خاصة بمبلغ 100.000 د.ج أي ما يقارب العشرة آلاف دولار طبقا للمرسوم التنفيذي الصادر عن رئيس الحكومة الجزائرية مولود حمروش في 20 مارس 1990 (انظر جريدة الوطن الناطقة باللغة الفرنسية الصادرة في الجزائر، العدد2795).

– تخوف السلطة السياسية في الجزائر سنوات التسعينات من فتح مجال السمعي البصري لما له من تأثير على الرأي العام، والخوف من الوقوع في الدعاية للأعمال الإرهابية، وقد كشفت تعاملات الفضائيات الفرنسية مع ملف الإرهاب آنذاك عن خطورة السمعي البصري، حيث حاولت منح تبريرات للعمال الإرهابية وفرضت ضغطا كبيرا على الجزائر وحصارا إعلاميا جعل العديد من العواصم العالمية تنظر للجزائر من زاوية وسائل الإعلام الفرنسية، هذا ما أعطى بالمقابل المجال للصحافة المكتوبة للبروز والانتشار باعتبارها المصدر الوحيد للمعلومة حول ما يدور في الجزائر من أحداث عنف و إرهاب.

– حاجة القارئ الجزائري إلى الأخبار و الرأي الآخر و ما يجري من أحداث كانت تتستر عنها صحف القطاع العام و لا تكشفها للجمهور مثال تجاوزات المسئولين و أخطائهم، بسبب الاحتكار الممارس من طرف السلطة هذا ما دفع الصحف الخاصة للسعي دوما إلى مقالات تحليلية تتميز بالجرأة و النقد ما أكسبها جمهورا كبيرا و إقبالا و رواجا.

– طرق المعالجة الإعلامية، حيث تميزت الصحف المستقلة بالجرأة والنقد ما اكسبها مصداقية لدى الجمهور الجزائري، والقناعات السياسية التي كانت لدى هذه الصحف كان لها دور كبير في نجاح الصحافة المستقلة، والتي كانت تتناسب مع أفكار الكثير من الأحزاب السياسية والجمعيات الاجتماعية التي تلبي تطلعات المجتمع الجزائري، و التي كانت تنتشر أفكارها ومواقفها على صفحات الجرائد.

ثالثا: تطور الصحافة المستقلة خلال العشرية (1990–2000)

كانت الساحة الإعلامية في الجزائر ما قبل 1990 لا تتعدى 49 عنوان، في حين

لم تتجاوز سنة 1990 160 عنوان،و تنقسم هذه العناوين إلى 8 يومية و 60 أسبوعية و21 نصف شهرية و31 شهرية و8 دوريات و فصلية و21 دورية غير منتظمة وسنوية واحدة وهذا ما يبين حجم التطور الذي حصل على مستوى الصحافة المكتوبة المستقلة، حيث نلاحظ عدد اليوميات والأسبوعيات يقارب النصف، ويقدم القطاع العام 6 يوميات فقط، إلا انه بالمقابل عرفت الساحة الإعلامية تراجعا كبير في عدد العناوين حيث وصل سنة 1991 إلى 74 عنوانا فقط. (Brahim Brahimi .le. pouvoir la presse et les droit de l'homme en Algérie Mainnor:1996, p 61)

وهنا يتبين الفرق الكبير بين سنتي 1990 و1991 حيث أن معظم العناوين التي أنشأت توقفت عن نشاطها بعد أقل من سنة من ظهورها، وتعود أسباب التراجع في عدد العناوين إلى توقف المسار الانتخابي، وما تتبعه من أحداث بعد تدهور الأوضاع الأمنية والسياسية في الجزائر، والمضايقات التي عانت منها الصحافة من طرف السلطة السياسية، بسبب فرض حالة الطوارئ في 09 فيفري 1992 والتي تميزت بامتثال العديد من الصحفيين أمام الفرق الخاصة التي أنشأتها السلطة للتضييق على الصحافة وتطويقها في تلك القترة، كما تم توقف العديد من الصحف اليومية لأسباب مالية خاصة حيث عجزت عن تسديد أموال المطابع ونذكر من بين هذه الصحف، الجزائر، اليوم، النور ابتداء من 1994 كان هناك 122 عنوان حوالي 100 منها للقطاع الخاص

communication2010, une publication éditée par le secrétariat d'état auprès du premier ministre chargé de la communication: p p 41-47

ويوجد من بينها 27 يومية، و59 أسبوعية، 33 دولية أخرى، حيث عاد التراجع في عدد العناوين خلال سنتي 1995 و1996 إذ بلغ عدد العناوين سنة 1995 الـ 22 عنوان، وتوقف 20 عنوان في ذات الفترة منها 10 ناطقة باللغة العربية، ولم تختلف سنة 1996، عن سابقتها حيث استمرت عدد اليوميات في الانخفاض حتى وصلت إلى 18 يومية منها 7 باللغة العربية و11 باللغة الفرنسية، وعاد التراجع في عدد العناوين حيث وصل سنة 1997 إلى 75 عنوان فقط من بينها 18 يومية خلال هذه السنوات نتيجة تدخل عدة عوامل من بينها (idem, p 43):

1- ارتفاع سعر الورق في الأسواق الدولية، حيث ارتفع السعر من 500 دولار

للطن سنة 1994 الى 1000 دولار للطن سنة 1995، و بموجبه ارتفعت تكاليف الطباعة، ففي 15 ديسمبر 1994 أصدرت وزارة التجارة الجزائرية قرار يقضي برفع سعر السحب ابتداء من جانفي 1995 وهذا تماشيا مع مقتضيات اقتصاد السوق و ارتفاع أسعار الورق في الأسواق الدولية.

2 - عرف قطاع الإعلام بصفة عامة ارتفاعا في الأسعار، كما ارتفعت تكاليف وأسعار الاشتراكات مع وكالات الأنباء والأسعار المرتبطة بالنقل والتوزيع ووسائل الاتصال عموديا.

3 - العامل الأمني وتدهور الأوضاع الأمنية مما جعل الكثير من الصحفيين يتوقفون عن ممارسة مهنة الصحافة.

الملاحظ أن الانخفاض في عناوين الصحف لم يدم طويلا، فابتداءا من سنة 1998 وصل عدد اليوميات إلى 24 منها 14 بالفرنسية و10 باللغة العربية وهذا من أصل 106 عنوان، وعرفت سنة 1999 ارتفاع عدد العناوين حيث ظهر 20 عنوان جديد كاليوم، الخبر الأسبوعي، Le quotidien Algérie? Le Maghreb، وفي سنة 2000 عرفت الصحافة المكتوبة الخاصة أكثر من 101 عنوان منها 33 يومية 16 بالفرنسية و11 بالعربية و6 جهوية.

تطور المشهد الإعلامي في الجزائر بعد إقرار التعددية الإعلامية، إذ عرفت الصحافة الخاصة عدة تطورات منذ نشأتها من حيث النوع وعدد العناوين، كما شهدت الصحافة المكتوبة تطورا سريعا، وتميزت هذه الفترة بازدهار كبير لليوميات، إذ بلغ أكبر مستوياته بعد سنة 1990 وإقرار التعددية الإعلامية، وظهرت العديد من العناوين الجديدة بمضامين مختلفة ومتنوعة.

رابعا: الصحافة الجزائرية ومعالجتها للأزمة الأمنية (الإرهاب)

لعبت الصحافة الجزائرية دورا مهما في معالجة الأزمة الأمنية وملف الإرهاب في صفحاتها باعتبارها المصدر الوحيد للمعلومة، ومن بين وسائل الإعلام الوحيدة التي كانت تنشط في جمع المعلومات ونشرها للجمهور الجزائري، لذلك كان لها الدور الكبير في تعبئة الجمهور وتوعيته، إلا أن التطرق إلى كيفية تعامل الصحافة الجزائرية مع الأزمة الأمنية لا بد أن نراعي فيه تعدد اتجاهات توصيف الظاهرة

وتعدد المفاهيم والمصطلحات التي أطلقت على الأزمة من خلال مراجعتنا لصحف هذه الحقبة، وكذلك الدراسات التي أجريت عليها، لاحظنا تعدد المفاهيم من الحرب والحرب الأهلية إلى العشرية السوداء إلى الأزمة السياسية إلى الجنون السياسي إلى الأزمة الأمنية إلى المأساة الوطنية، وهذا الاختلاف مرتبط باختلاف التفسيرات للوضعية التي عايشتها الجزائر في الفترة الممتدة ما بين 1990م 2000م، واختلاف مواقف الصحف منها، وعموما فإن الصحافة الجزائرية وخاصة المستقلة والحزبية تعاملت مع الظاهرة من منطلقين وكشف ذلك عن نوعين من المعالجة الإعلامية، يمكن تحديدها في:

أ- صحافة محايدة أو معارضة للحل الأمني: لقد ساندت بعض الصحف أطروحات زعماء بعض الأحزاب وخاصة التي دعت إلى الإطاحة بنظام الحكم والقيام بالعصيان، بل ذهب بعضها إلى تأييد فكرة الجهاد أو على الأقل التلميح لها من خلال فتح منابرها لهذه الأصوات، وتذهب إحدى الدراسات إلى أن المعلومات الأمنية هي المشكلة الأساسية في اختلاف الرؤى بين السلطة والصحافة وخاصة الصحافة المستقلة، في الأساليب الإعلامية المستخدمة والمفهوم الذي تحمله في معالجة الأزمة، والتي ترى السلطة السياسية في تغطيتها للأحداث تحريضا على العنف أو تعطيل العمل قوات الأمن، وخاصة أن الصحافة الأجنبية تتغذى فيما يخص المعلومات الأمنية من الصحافة الجزائرية التي ليس لبعضها نوايا حسنة.

أيضا ظلت هذه الصحف تتعامل مع العمليات المسلحة والتفجيرات على أنها من فعل "جماعات مسلحة" دون تحديد هويتهم وأهدافهم كل هذه الأسباب جعلت السلطة لا تتوانى في توقيف بعض العناوين خاصة بعد الإعلان عن حالة الطوارئ في فيفري 1992.

ب- صحافة مؤيدة للحل الأمني: أدى تردي الأوضاع الأمنية إلى بروز صحف سواء حزبية أم مستقلة تدعوا إلى التعامل بالمثل مع الأعمال المسلحة، ولم تتوان في وصف هذه الجماعات بالإرهابية، وهيمنت مصطلحات في معالجتها للأحداث مثل "القوى الظلامية" "الإرهاب"، ودعت إلى تشجيع الحل الأمني بدل الحوار بل تجاوزت ذلك في بعض الحالات وخاصة من خلال اتهامها للمدرسة الجزائرية المعربة بأنها سبب الظاهرة، وأن تجفيف الإرهاب لابد أن يبدأ من خلال مراجعة

المناهج التربوية وأن البعثات التعليمية القادمة من المشرق العربي كان لها دور في انتقال أفكار تبرر الأعمال الإرهابية إلى الجزائر.

لفهم طرق المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في تلك الحقبة لا بد من العودة إلى أرشيف الصحافة الجزائرية المستقلة وإجراء تحليل مضمون كمي وكيفي لتحديد طبيعة التعامل واتجاهات المعالجة لازمة الإرهاب، ولأننا لسنا بصدد ذلك سنكتفي بذكر بعض منها:

طغيان الطابع السياسي على المواضيع والمقالات التي تطرقت إلى الأزمة الأمنية في فترة العشرية السوداء: ذلك أن أصل الأزمة كان سياسيا في بداياته مع توقف المسار الانتخابي، إلا انه وجدت مواضيع ذات طابع اجتماعي عبرت عن ما يعانيه المواطن الجزائري جراء الاعتداءات التي مست جميع مناحي حياته.

استخدم الدين في الصحافة المكتوبة: نقلت بعض الصحف من خلال مواضيع دينية منهج المسلحين وشيوخهم في عملياتهم الإرهابية تحت مسمى "الجهادية" من خلال الفتاوى التي صدرتها، وفي المقابل كانت الدولة والصحف الموالية لها تنتهج نفس الطريقة التي اعتمدت عليها الجماعات المسلحة في تبرير عملياتها الإرهابية من خلال الاستعانة بعلماء الدين ونشر أرائهم وأقوالهم الدينية لإبطال فتاوى شيوخ هذه الجماعات، ودعوة الشباب وإقناعهم بعدم السير ورائها.

طغيان الأخبار المحلية على الصحف دون العالمية: امداد الجمهور الجزائري بالمعلومات التي ركزت على نشر ما تعانيه عائلات ضحايا الإرهاب، والسياسة المنتهجة من طرف الدولة في مكافحة الإرهاب وتبيين أساليبها، فاعتمدت في ذلك على الأرقام والإحصائيات لشد انتباه القارئ، وحتى يتعرف على ما تقوم به الدولة للمحافظة على أمنه وسلامته من جهة، وكشف ما تقوم به التنظيمات الإرهابية من تخريب واعتداءات همجية لاستمالته إلى دعم الدولة في مكافحة هذه الجماعات من جهة أخرى، وبالمقابل تم إضعاف الصحف الموالية للجماعات الإرهابية، وما تنشره بعدما تكشفت أهداف الجماعات الإرهابية، جراء المعاناة التي لمسها المواطن الجزائري من ويلات الاعتداءات والاغتيالات التي ضرت بأمنه وحياته.

المحور الثاني: المقاربة الميدانية

سنحاول دراسة الدور الذي مارسه الصحافيون في معالجة وطرح قضايا الإرهاب على الرأي العام الجزائري، لتحديد الأبعاد التي عملت من خلالها الصحافة المستقلة في تلك الفترة، وسنعتمد لذلك أداة الاستبيان كأداة رئيسة لمعرفة أراء المبحوثين، و أهم ما اعتمدنا عليه في هذه الدراسة ما يلي :

1- **الإستمارة الاستبيانية**: استعملنا لدراستنا هذه الاستمارة الاستبيانية - تم الاعتماد على الاستبيان - كأداة أساسية للحصول على البيانات المطلوبة، حيث تضمنت استمارة الاستبيان مجموعة من البيانات الشخصية الوثيقة الصلة بالموضوع، إضافة إلى جملة من الأسئلة المرتبطة بأبعاد المعالجة الإعلامية لأحداث العشرية السوداء، وقد -تم توزيع- قمنا بتوزيع 55 استمارة استرجعت كلها، في حين تم الغاء 05 استمارات، واحتفظنا بذلك بـ 50 استمارة، وهي التي استعملناها للتبويب للاطلاع على نمط المعالجة الإعلامية لأحداث العشرية السوداء من قبل أفراد العينة.

2- **مجتمع البحث وعينة الدراسة**: يتحدد مجتمع البحث في دراستنا هذه في جميع الصحفيين الجزائريين الذين عايشوا فترة الإرهاب والتابعين إلى الصحافة المستقلة، وبما أنه من المستحيل دراسة كل الصحفيين الناشطين خلال هذه الفترة، اخترنا عينة ممثلة لهم، قصدية تحكمية. تتكون خمسين صحافي ناشط في الجرائد المستقلة الجزائرية.

3- **أسئلة استمارة الاستبانة**: في طرح الاسئلة تعمدنا انتقائها بشكل شامل وعدم الإكثار فيها، نظرا لخصائص المبحوثين الذين لا يمتلكون الوقت الكافي للإجابة، وجاءت كالاتي:

أولا: ما هي الأجواء التي عمل بها صحفيين الجرائد المستقلة أثناء فترة ازمة الإرهاب؟

ثانيا: ماهي المصادر التي اعتمد عليها الصحفيين في عملهم الصحفي أثناء فترة الإرهاب؟

ثالثا: ما هي القوالب الإعلامية التي اعتمد عليها الصحفيين في معالجتهم الصحفية للأزمة؟

رابعا: ما هو الطابع الذي اعتمد عليه الصحفيين في معالجتهم الصحفية للازمة؟

خامسا: ماهو تقييمك للعمل الصحفي في معالجة الازمة الامنية في فترة العشرية السوداء؟

جدول يمثل الأجواء التي كان يعمل بها صحفيو الجرائد أثناء أزمة الإرهاب في علاقتها بالجنس

تحليل نتائج الدراسة الميدانية

جدول (1)

الجنس / الخبرة		مريحة	متوترة	المجموع
جنس المبحوث	ذكر	32 100.0% 0%	32 100.0% 64.0%	32 100.0% 64.0%
	أنثى	18 100.0% 0%	18 100.0% 36.0%	18 100.0% 36.0%
المجموع		50 100.0% 0%	50 100.0% 100.0%	50 100.0% 100.0%
خبرةالمبحوث	1،2 سنة	14 100.0% 0%	14 100.0% 28.0%	14 100.0% 28.0%
	3،5سنة	6 100.0% 0%	6 100.0% 12.0%	6 100.0% 12.0%
	5سنة اكثر	30 100.0% 0%	30 100.0% 60.0%	30 100.0% 60.0%
المجموع		50 100.0% 0%	50 100.0% 100.0%	50 100.0% 100.0%

تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1- جدول يمثل الأجواء التي كان يعمل بها صحفيو الجرائد أثناء أزمة الإرهاب في علاقتها بالجنس.

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتبين لنا من خلال بيانات هذا الجدول أن الاتجاه يميل إلى 100 بالمائة،وذلك في إجابة أفراد على أن أجواء العمل في العشرية السوداء كانت متوترة، ويمكن توزيع هذه النسبة حسب الجنس ب 64 بالمائة بالنسبة للذكور، و36 بالمائة بالنسبة للإناث.

يتبين لنا من خلال بيانات الجدول أن الاتجاه يميل إلى 100 بالمائة، وذلك في إجابة أفراد العينة أن أجواء العمل خلال العشرية السوداء كانت متوترة، ويمكن

توزيع هذه النسب حسب الخبرة كما يلي 60 بالمائة بالنسبة لأفراد العينة الذين تتجاوز خبرتهم خمس سنوات، و 28 بالمائة، بالنسبة لأفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 03 إلى 05 سنوات، وتأتي مباشرة نسبة 12 بالمائة، وذلك في إجابة أفراد العينة على أن ظروف العمل خلال العشرية متوترة.

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول

ارتفعت النسبة في عدد أفراد العينة الذين يرون أن ظروف العمل الصحفي خلال العشرية السوداء كانت متوترة، وكانت الإجابة نفسها سواء بالنسبة للذكور أو للإناث، وهو الواقع الذي عرفته هذه الفترة، بحكم ما مورس في حق الصحفيين والمفكرين من ضغوطات وممارسات، عرقلت من حرية التعبير، من خلال تهديد الصحفيين وعائلاتهم أمنيا، وفي مقابلة مع الصحفي "اعمر محلبي" صرح بالقول: " الاستمرار في العمل الصحفي خلال تلك الفترة، شكل تحدي كبير بالنسبة للصحفيين، الذين عانوا الأمرين من تبعيات "مهنة المتاعب"، نجد معاناة هذه الفئة من التهديدات الخفية والصريحة من قبل الإرهاب، وكثيرون هم الصحفيون الذي وضعوا في مواقف حرجة وحساسة، فالواجب الوطني والمهني فرض عليهم التقيد بمبادئ الدولة وأسسها واحترامها، ما أدى إلى مقتل العديد من المفكرين والصحفيين أثناء العشرية السوداء، وكانت القائمة طويلة في هذا الصدد، أولهم "طاهر جاووت" إذ قال: " إذا تكلمت تموت، وإذا سكت تموت، إذن تكلم ومت "(مقابلة مع الصحفي " أعمر محلبي"، صحفي في la tribune، يوم الثلاثاء 18 مارس 2014 على الساعة العاشرة صباحا).

يقال الشيء ذاته عن واقع المرأة الصحفية خلال هذه الفترة، حيث أن العمل الصحفي كان يفترض التنقل اليومي للحصول على الأخبار، وكان الصحفي يدفع خلال هذا التنقل ضريبة كبيرة، تكون في الغالب إما حياته، أو حياة من حوله، والجدير بالذكر أن معاناة المرأة الصحفية خلال هذه الفترة كانت أقسى بكثير، والسبب في ذلك يعود بالتأكيد إلى الإرهاب الذي فرض على المرأة أشكالا مختلفة من الاضطهاد والمعاناة، بدأ بتقييد نطاق حريتها في التعبير، وصولا إلى عرقلة نشاطها كمقتحمة لمجال العمل، وهنا، عانت المرأة الصحفية خلال هذه الفترة، الأمرين، وكان تنقلها خلال فترة الإرهاب للحصول على الأخبار يعرضها للاضطهاد من قبل الإرهاب (المقابلة نفسها، التوقيت نفسه).

يتبين لنا من خلال بيانات هذا الجدول أن الخبرة لم تغير من طبيعة أوضاع العمل خلال العشرية السوداء، فعلى اختلاف مستوى الخبرة -حسب المستجوبين- إلا أنهم كلهم كانوا ضحية هذه الأوضاع، المتوترة والمضطربة، فإلى جانب عناء الممارسة الصحفية خلال العشرية السوداء. نجد عدم استقرار الصحفي في جريدته، ناهيك عن الصعوبات التي يعاني منها في مجال الحصول على الأخبار، حيث أن الظروف الأمنية لا تسمح له بالتنقل بحرية، كما أن وضعه في الجريدة المستقلة يعرضه، ليس فقط إلى اللاإستقرار الأمني، وإنما أيضا لتبعيات هذا النمط من الصحف، والذي عانى أزمة إقتصادية خلال هذه الفترة.

جدول (2) جدول يمثل العلاقة بين الأجواء والقوالب الإعلامية المعتمدة أثناء المعالجة الصحفية

		المجموع	القوالب الإعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للأزمة		القوالب الإعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للأزمة	
			تقرير	مقال	عمود	خبر
الأجواء التي كنت تعمل بها أثناء أزمة الإرهاب في العشرية السوداء	متوترة	50	18	12	2	47
		100.0%	36.0%	24.0%	4.0%	94.0%
		100.0%	36.0%	24.0%	4.0%	94.0%
المجموع		50	18	12	2	47
		100.0%	36.0%	24.0%	4.0%	94.0%
		100.0%	36.0%	24.0%	4.0%	94.0%

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتضح من خلال بيانات الجدول الخاص بالأجواء التي كان صحفيي أفراد العينة يعملون بها في العشرية السوداء، وعلاقتها بالقوالب الإعلامية المعتمدة في المعالجة الصحفية، أن الخبر يصنف ضمن أكثر القوالب الإعلامية استعمالا في المعالجة الصحفية في أجواء الإرهاب، بلغت النسبة 94 بالمائة بتكرار 47، يليه مباشرة التقرير الذي يحتل المرتبة الثانية في المعالجة الإعلامية وقد قدرت بـ 36 بالمائة، بتكرار 18، ويأتي المقال الصحفي في الدرجة الثالثة من حيث المعالجة حيث قدرت نسبة اعتماده من قبل الصحفيين 24 بالمائة، بتكرار 12، ويبقى العمود في الدرجة الأخيرة من التصنيف، حسب أفراد العينة، إذ تقدر نسبة اعتماده ب 04 بالمائة، بتكرار 02.

ثانيا : القراءة الكيفية لبيانات الجدول

لعل أول قراءة ضمنية ان نستشفها من خلال بيانات هذا الجدول يمكن فهم التفاوت في استخدام الأنواع والقوالب الصحفية من قبل أفراد العينة المستجوبين، وهي البيانات التي تنزاح في مجملها، وبشكل ملحوظ إلى اعتماد أفراد العينة على الخبر كنوع صحفي، ويمكن تفسير ذلك من زاويتين أساسيتين متداخلتين فيما بينهما، الزاوية الاولى تعرض الصحفيون من مختلف المؤسسات الإعلامية إلى ضغوطات كثيرة، عملت أكثر على الحد من حريتهم في التعبير، والتقليل من نشاطهم الصحفي، وهي الضغوطات التي لم تتوقف عند حدود التخويف بل تجاوز ذلك إلى تهديد حياة الصحفي، وأمنه، واستقرار أسرته (Brahim Brahimi, Idem P09).

إنها جملة من الضغوطات التي لم تتوقف عند حدود الصعوبة في ممارسة الحرية في التعبير، بل تجاوزت إلى انعدام الاستقرار في مجال العمل الصحفي، واضطراب المادة الإعلامية التي كانت متحفظة في مجملها في شأن نمط المعالجة، والتي توقفت عند اعتماد الخبر والتقرير كنوعين صحفيين، نظرا لتنامي الأحداث في هذه الفترة، وضرورة تغطيتها بالصدق والموضوعية بسبب حساسيتها الحادة، سواء بالنسبة للأوضاع السياسية، أو بالنسبة للرأي العام الوطني والعالمي، وهنا، ولكي لا يتخبط الصحفي في متاهات خطأ التأويل، نلاحظ أن معظم أفراد العينة، قد مالوا إلى استخدام الأنواع الخبرية "الخبر والتقرير" وابتعدوا كثيرا على مقالات الرأي، ولم يرد اختلاف كبير في النوع الصحفي المعتمد، والسبب في ذلك هو الحفاظ على أمن الصحفي من جهة، والتخفيف من درجات الاضطراب والخطر من جهة أخرى. وتتحدد الزاوية الثانية في طبيعة النوع الإعلامي في حد ذاته، وهنا نجد أن الخبر والتقرير قد شكلا همزة وصل موضوعية بين واقع العشرية السوداء والجمهور، فحساسية الأوضاع وتعقدها، وكثرة الاتجاهات والصراعات الداخلة فيها، اقتضى على الإعلام أن يكون حياديا، بأنواع صحفية إخبارية، موضوعية، تتوقف عند حدود الإجابة عن الأسئلة الصحفية الهامة، وذلك لتفادي الضغوطات الممارسة من قبل الإرهاب من جهة، وتجنبا لتعقد الأزمة من جهة أخرى.

وبنفس القراءة يمكن تأويل وتفسير انخفاض النسبة في عدد الصحفيين

المستجوبين والذين لم يميلوا بنسب مرتفعة إلى استعمال المقال والعمود في الوضعين معا، (المضطرب، والمناسب) حيث أن طبيعة الأوضاع تقتضي تفادي أي تأويل في شأنها، والمعلوم أن المقال والعمود، يصنفان معا ضمن مقالات الرأي، فالصحفي لا يكتفي فيها بنقل الأحداث بشكل موضوعي، من خلال الإجابة عن الأسئلة الصحفية المشهورة، بل يعتمدان معا على التعبير الواضح عن رأي الصحفي وطاقته الخاصة في التأويل، يتميز هذا النوع الصحفي في كونه يعبر بأسلوبه وإمضائه بشكل مباشر عن صاحبة، ما من شأنه يكشف عن نوع من الحساسية في استخدامه كنوع صحفي، للحفاظ على طبيعة الأوضاع إذا ما كانت مريحة، وتحقيق نوع من الاستقرار فيها بالنسبة للذين يرونها مضطربة.

جدول (3)

جدول يمثل الطابع الذي تم فيه تناول موضوع أزمة الإرهاب وعلاقته بالخبرة المهنية

		الطابع الذي تناولت فيه موضوع أزمة الإرهاب في العشرية السوداء		الطابع الذي تناولت فيه موضوع أزمة الإرهاب في العشرية السوداء	
		اجتماعي	سياسي	ديني	المجموع
خبرة المبحوث	1-2 سنة	9 64.3% 18.0%	11 78.6% 22.0%	3 21.4% 6.0%	14 100.0%
	3-5سنة	4 66.7% 8.0%	5 83.3% 10.0%	0 .0% .0%	28.0% 6 100.0%
	5سنة اكثر	24 80.0% 48.0%	24 80.0% 48.0%	5 16.7% 10.0%	12.0% 30 100.0%
المجموع		37 74.0% 74.0%	40 80.0% 80.0%	8 16.0% 16.0%	60.0% 50 100.0%
المجموع					100.0%

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتبين لنا من خلال بيانات الجدول المتعلق بالطابع الذي تم فيه تناول موضوع أزمة الإرهاب في العشرية السوداء، الفئة التي تتراوح ما بين 3 إلى5 سنوات خبرة أكثر اهتماما بالطابع الاجتماعي في التحليل - من بين فئات أفراد العينة- وتتحدد دلالتها الإحصائية في 83.3 بالمائة بتكرار 05. تليها مباشرة نسبة 80 بالمائة، بتكرار 4، وذلك في اهتمام فئة الخبرة (5 وأكثر) بنفس الجانب -الاجتماعي- ثم نجد نسبة 78.6 بالمائة بتكرار 11،وذلك في معالجة أفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم من (1 إلى 2) للجانب الاجتماعي دائما.

يمكن أن نقرأ من خلال بيانات نفس الجدول أن الطابع السياسي في المعالجة يحتل المرتبة الثانية في نسب المعالجة الإعلامية، لدى أفراد الهينة المدروسة على اختلاف مستوى خبراتهم، ويمكن توزيع هذه النسب وفق ما يلي: 74 بتكرار 37 بالنسبة لأفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 5 سنوات فأكثر، وتليها مباشرة نسبة 7.66 بالمائة بتكرار 04 بالنسبة لأفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 05 إلى ثلاث سنوات، ثم نجد في نفس الطابع نسبة 64بالمائة،وذلك بالنسبة لأفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 01 إلى 02 سنوات.

كما نجد في ذات الجدول أن الطابع الديني لم يحظ بالاهتمام من قبل أفراد العينة، وهذا ما تدل عليه البيانات الإحصائية، والتي تقدر ب 21 بالمائة، بتكرار 03 وذلك بالنسبة لأفراد العينة الذين يملكون خبرة تتراوح ما بين 01 إلى 02 سنة، وتليها مباشرة نسبة 16 بالمائة، بتكرار 08 بالنسبة لأفراد العينة الذين يمتلكون خبرة مهنية من 05 سنوات فأكثر، بينما لم نسجل اهتمام أفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 03 إلى 05 سنوات بنفس الطابع (الديني).

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول

من النتائج الإحصائية لهذا الجدول يتبين أن صحفيي أفراد العينة وعلى اختلاف طبيعة تجربتهم المهنية، قد مالوا بنسب متقاربة إلى تغطية الطابع الاجتماعي، ويمكن قراءة ذلك بسبب أساسي يتمثل في التأثيرات السلبية للعشرية السوداء على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الجزائري، والذي عايش العديد من المشاكل، وتصنف البطالة في القائمة الأولى، إذ ارتفعت البطالة، لتصل إلى نسبة 35 بالمائة، هذا إلى جانب الانعكاسات السلبية للعمليات الإرهابية على الاقتصاد (أكثر من 20 مليون دولار حجم الخسائر المالية)، ناهيك عن تدهور الأوضاع الأخرى، كالتعليم، وبقية الجوانب، وتفاقم أزمة الديون، ونقص المردودية التي أدت مباشرة إلى ارتفاع الأسعار، وانخفاض القدرة الشرائية للمجتمع الجزائري.

كل هذه المشاكل اقتضت المعالجة الإعلامية من قبل الصحافة المكتوبة، على اعتبار أن هذه الأخيرة تشكل المرآة العاكسة للمجتمع بأوضاعه المختلفة، وهنا، نرى أن التجربة الإعلامية أو الخبرة، لم تكن عاملا مهما في تحديد الطابع، وهنا، يمكن الجزم بوجود عامل أقوى، دفع الصحفيين إلى الميل إلى تغطية الأوضاع الاجتماعية، فبالإضافة إلى تأزم هذه الأوضاع، وتخبط المجتمع في العديد من

المشاكل، نجد ضغوطات أخرى ممارسة على الصحفيين، اقتضت منهم الابتعاد عن محور الصراع السياسي، والديني، من خلال التفرغ للمشاكل الاجتماعية.

والملاحظ أن المجال السياسي محل تغطية من قبل الصحفيين ذوي الخبرة المرتفعة (أكثر من 05 سنوات) وذلك لكونهم أكثر اطلاعا على خطورة الأزمة بحكم التجربة المهنية التي جعلتهم يطلعون على الإعلام وممارساته، وأوضاعه في زمنين أساسين، زمن الأحادية وزمن التعددية، ومن جهة أخرى، يمكن ربط ذلك بحتمية التدرج في مجال الإعلام، أو الصحافة، حيث أن الصحفي المبتدئ، يستهل عمله بالجانب الاجتماعي، ثم ينتقل مع التجربة إلى الجوانب السياسية، بدأ بالسياسة الداخلية، ثم الدولية، وهكذا.

ونلاحظ من خلال البيانات الإحصائية ابتعاد الصحفيين على اختلاف خبرتهم عن الأوضاع الدينية، والتي تمت تغطيتها من قبل الفئات الأقل تجربة، والأكثر تجربة، ويعود السبب في ذلك إلى ما قمنا بالإشارة إليه في شأن حساسية الأوضاع، واختلاط المفاهيم في هذا الشأن ناهيك عما يتخبط فيه الإعلام من عراقيل، إذ أصبح الصحفي في هذه الفترة يعيش بين مد السلطة التي أحكمت قبضتها على الإعلام وجزر الجماعات الإرهابية التي حصدت أرواحا كثيرة في هذا المجال، كما أن الصراع أساسه سياسي، وهنا، مال الصحفيون جبرا إلى تجاوز الجانب الديني خشية الوقوع في أخطاء وتبعيات التأويل.

جدول (4)

جدول يمثل الأجواء وعلاقتها بالطابع الذي تم فيه تناول موضوع الإرهاب

		الطابع الذي تناولت فيه موضوع ازمة الارهاب في العشرية السوداء		الطابع الذي تناولت فيه موضوع ازمة الارهاب في العشرية السوداء	
		سياسي	اجتماعي	ديني	المجموع
الأجواء التي كنت تعمل بها أثناء أزمة الارهاب في العشرية السوداء	متوترة	37	40	8	50
		74.0%	80.0%	16.0%	100.0%
	النسبة	74.0%	80.0%	16.0%	100.0%
	المجموع	37	40	8	50
		74.0%	80.0%	16.0%	100.0%
		74.0%	80.0%	16.0%	100.0%

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتوضح لنا من خلال القراءة التعيينية للبيانات الإحصائية المبينة لأجواء العمل خلال العشرية السوداء في علاقتها بالطابع الإعلامي الذي اهتم به صحفيي أفراد العينة أن الاتجاه يميل إلى نسبة 80 بالمائة، بتكرار 40 في إجابة أفراد العينة أنهم يهتمون في معالجتهم الإعلامية بالطابع الاجتماعي، وذلك في أجواء متوترة ومريحة في ذات الوقت.

تليها مباشرة نسبة 74 بالمائة بتكرار 37،وذلك في اهتمام أفراد العينة بالطابع السياسي في أجواء متوترة ومريحة في الآن ذاته، وتأتي في آخر الترتيب نسبة 16 بالمائة، بتكرار 08 بالمائة، العاكسة لاهتمام أفراد العينة بالطابع الديني، في ظروف مريحة ومتوترة في الآن ذاته.

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول

تدعم بيانات هذا الجدول ما استنتجاه في الجدول السابق من نتائج، ويتعلق الأمر باهتمام الصحفيين على اختلاف خبرتهم بالجانب الاجتماعي الذي احتل مركز الصدارة في المعالجة، ويليه مباشرة، الجانب السياسي، ثم الديني، وتوضح لنا هذه النتائج حقائق أخرى، تتمثل في طبيعة أجواء الممارسة الإعلامية لم تؤثر كثيرا في ترتيب هذه الجوانب.

فسواء كانت الأوضاع مريحة للعمل الصحفي أو مضطربة، فنلاحظ أن الاهتمام بالمشاكل الاجتماعية احتل الصدارة، وتليها المشاكل السياسية ثم الدينية، ويعود ذلك إلى طبيعة الأوضاع الاجتماعية والأمنية في هذه الفترة، وإلى نفس الضغوطات التي أشرنا إليها سابقا في شأن الطابع المتخذ في المعالجة الإعلامية.

جدول (5)	جدول يمثل العلاقة بين متغير الخبرة للمهنية والقوالب الإعلامية المعتمدة في المعالجة الصحفية					
		القوالب الاعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للازمة		القوالب الاعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للازمة		المجموع
		خبر	مقال	عمود	تقرير	
خبرة المبحوث	1،2 سنة	14	1	0	7	14
		100.0%	7.1%	0%	50.0%	100.0%
		28.0%	2.0%	0%	14.0%	28.0%
	3،5سنة	6	2	1	3	6
		100.0%	33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
		12.0%	4.0%	2.0%	6.0%	12.0%
	5سنة أكثر	27	9	1	8	30
		90.0%	30.0%	3.3%	26.7%	100.0%
		54.0%	18.0%	2.0%	16.0%	60.0%
المجموع		47	12	2	18	50
94.0%		24.0%	4.0%	36.0%	100.0%	
94.0%		24.0%	4.0%	36.0%	100.0%	

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتبين لنا من خلال بيانات الجدول المتعلقة بالقوالب الإعلامية وعلاقتها بالخبرة المهنية للصحفيين المستجوبين، أن الاتجاه يميل إلى اعتمادهم الخبر الإعلامي كقالب صحفي، لدى جميع فئات الخبرة، ونجد في هذا الصدد نسبة 100 بالمائة بتكرار 14 حسب إجابات الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم ما بين (01 إلى 02) سنة، وهي النسبة نفسها التي نجدها في اعتماد فئة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين (03 إلى 05) سنوات على نفس القالب الإعلامي، وتأتي مباشرة نسبة 90 بالمائة، وذلك في اعتماد أفراد العينة الذين بلغت خبرتهم خمس سنوات فأكثر على نفس القالب الإعلامي المذكور.

وتتفاوت النسب الأخرى المرتبطة باعتماد الصحفيين المستجوبين على بقية القوالب الإعلامية، إذ نجد 50 بالمائة، بتكرار 07 بالنسبة للصحفيين الذين تتراوح خبرتهم (01 –02) الذين يعتمدون على التقرير كقالب إعلامي، ونجد نفس النسبة بتكرار 03، وذلك في اعتماد الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم ما بين 05 إلى 03 سنوات على نفس القالب، ونجد بعد ذلك نسبة 37 بالمائة، بتكرار 02،وذلك في اعتماد الصحفيين الذين تكون خبرتهم خمسة سنوات فأكثر على المقال كقالب إعلامي.

وما لفت انتباهنا في بيانات هذا الجدول أن العمود يمثل أقل النسب في الاعتماد من قبل أفراد العينة على اختلاف خبرتهم، حيث اعتمد من قبل الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم ما بين 05 إلى ثلاث سنوات بنسبة 10.7 بالمائة، واعتمد في نفس الوقت من قبل الصحفيين الذين تكون خبرتهم من خمسة سنوات فأكثر، إذ اعتمدوه بنسبة 5.03 بالمائة.

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول

يمكن تأويل لجوء معظم أفراد العينة على اختلاف خبرتهم المهنية إلى الخبر والتقرير كنوع إعلامي للمعالجة، بنفس ما أشرنا إليه سابقا في شأن حساسية الأوضاع السياسية والأمنية في الجزائر خلال هذه الفترة، نجد في نفس السياق أن ذوي التجربة القليلة أكثر ميلا إلى الخبر الإعلامي، وحتما أكثر ابتعادا عن المقال والعمود، وهذا راجع إلى الخصائص الفنية لهذه الأنواع الصحفية، حيث أن الخبر الإعلامي هو أول ما يستهل به الصحفي عمله في هذا المجال، نظرا لما يقتضيه من موضوعية، ونقل مباشر وحرفي للواقع، من خلال الإجابة المباشرة عن الأسئلة الصحفيةّ، فالخبر ليس فقط اللبنة الأولى في العمل الصحفي، بل هو يعد في الوقت ذاته المحور الأساسي الذي يعتمد عليه نشاط أية صحيفة، خاصة اليومية منها، نظرا لخصوصيته المتمثلة في وصف الواقع ونقله إلى القارئ ليحيطه علما بما يجري حوله من أحداث، كما يمكن إرجاع ذلك أيضا إلى طبيعة كل من الخبر والتقرير، حيث يعد الخبر من أكثر الأنواع الصحفية التي لا تستغني عنه المؤسسة الإعلامية، ولا يتخلى عنه الصحفي مع تقدم تجربته في هذا المجال، فهو نوع صحفي هام، يعد النواة المركزية لأي إبداع في هذا المجال، ولا تموت قيمته مع تأزم الأحداث أو تعقدها.

وتتحقق كل هذه المساعي من خلال خصوصية الخبر الإعلامي، الذي يعتبر من أكثر الأنواع الصحفية موضوعية وحيادية، لكونه يقتصر فقط على الحقائق والوقائع والمعلومات، وهنا، يمكن القول أن ميل مختلف فئات الصحفيين- على اختلاف خبرتهم- إلى نشر الأخبار، يشير إلى رغبتهم في تقديم تغطية صحفية موضوعية للعمليات الإرهابية، والابتعاد على التأويلات المعقدة للأوضاع.

واعتبر التقرير الصحفي أكثر تداولا من قبل أفراد العينة على اختلاف تجربتهم في هذا المجال، أكثر من ذلك، فإن معظم الصحفيين على اختلاف تجربتهم قد عايشوا أحداث العشرية السوداء، ومن شأن هذه المعايشة التي تدون عبر التقرير الصحفي أن تدعم الصدق، والموضوعية والمصداقية في المادة الإعلامية، و تفاصيل إضافية معايشة من قبل الصحفي "كشاهد عيان" ، كما يتوفر في التقرير عن خصائص أخرى تميزه، وتخدم بصفة أكثر الأحداث المميزة للعشرية السوداء، والموضوعية التي يوفرها على اعتباره امتدادا للخبر، فإنه يحصر الموضوع في جميع جوانبه.

أما فيما هو مرتبط بالمقال والعمود، والذين يعتبران أقل اعتمادا من قبل الصحفيين أفراد العينة على اختلاف تجربتهم المهنية في هذا المجال، فإن قلة اعتمادهما تعود في الأساس إلى عاملين، يرتبط الأول بالنوع الصحفي - في حد ذاته-، ويتعلق الثاني بطبيعة الظروف الأمنية والسياسية التي عرفتها هذه الفترة، وإذا ما حاولنا مناقشة النقطة الأولى في علاقتها بتجربة الصحفيين في هذا المجال، يمكن القول أن المقال والعمود يعتبر نوعا صحفيا فكريا، تشكل الأحداث والظواهر والتطورات والأفكار موضوعه الأساسي، ويتميز بمعالجته العامة والآنية لهذه الموضوعات بقدر كبير من الشمولية والعمق، مستخدما أسلوب العرض، التحليل، التقييم والاستنتاج، ويهدف من خلال انتهاجه لهذا الأسلوب إلى تقديم فهم كامل، ورؤية فكرية معمقة لهذه الأحداث والظواهر والأفكار، وربطها ببعضها.

BRAHIMI BRAHIM ،(LE DROIT AL'INFORMATION AL'Epreuv DU PARTI UNIQUE ET DE L'Etat D?URGENCE.OPCIT P 185).

وهنا، يمكن تفسير ارتباط النوع الصحفي بطبيعة الأوضاع السياسية والأمنية في هذه الفترة، والمساحات الممنوحة للتعبير، والقناعة الصحفية، ومستويات تحدي

الصحفيين لهذه العراقيل، والتي تلعب فيها التجربة دورا هاما وأساسيا، ويفرض هذان النوعان الإمضاء الشخصي للصحفي، على المادة الإعلامية، وهو الشيء الأصعب في هذه الفترة، إذ مورست في حق الصحفيين العديد من الضغوطات، والتهديدات، والتي تقتضي منه تفادي التعبير بحرية عن آرائه، وتجاوز الإمضاء عن مقالاته باسمه الخاص، خوفا من الملاحقات، التي تتعدى إلى القتل، التعذيب، الهجرة القسرية، ووصل الحد إلى تخلي العديد منهم عن الكتابة في هذا المجال) قيراط محمد، مرجع سبق ذكره: ص 127)

جدول (6) جدول يمثل العلاقة بين متغير الجنس والخبرة والمصادر الإعلامية المعتمدة في المعالجة الصحفية

		المجموع	القوالب الاعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للازمة		القوالب الاعلامية التي اعتمدت عليها في المعالجة الصحفية للازمة	
			تقرير	عمود	مقال	خبر
خبرة المبحوث	1،2 سنة	14	7	0	1	14
		100.0%	50.0%	.0%	7.1%	100.0%
		28.0%	14.0%	.0%	2.0%	28.0%
	3،5سنة	6	3	1	2	6
		100.0%	50.0%	16.7%	33.3%	100.0%
		12.0%	6.0%	2.0%	4.0%	12.0%
	5سنة أكثر	30	8	1	9	27
		100.0%	26.7%	3.3%	30.0%	90.0%
		60.0%	16.0%	2.0%	18.0%	54.0%
المجموع		50	18	2	12	47
		100.0%	36.0%	4.0%	24.0%	94.0%
		100.0%	36.0%	4.0%	24.0%	94.0%

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتجلى لنا من خلال بيانات الجدول المتعلقة بالمصادر الإعلامية المعتمدة من قبل أفراد العينة وعلاقته بمتغير الجنس، أن الاتجاه يميل إلى 60 بالمائة، بتكرار 30،وذلك في اعتماد الصحفيين الذكور على المصادر الرسمية في المعالجة الإعلامية لمختلف

الأخبار تليها مباشرة نسبة 34 بالمائة، بتكرار 17، وذلك في اعتماد الشريحة ذاتها (الذكور) على المصادر غير الرسمية في تغطية الأخبار.

وهنا، تشير البيانات ذاتها إلى أن الاتجاه يميل في فئة الإناث إلى 34 بالمائة بتكرار 17،وذلك في اعتمادهن على المصادر الرسمية في تغطية الأحداث، كما نسجل بالنسبة لنفس الشريحة اعتمادها على المصادر غير رسمية بنسبة 16 بالمائة، أي ما يرادف 08 تكرارات.

يمكن من خلال بيانات الجدول المتعلقة بالخبرة المهنية للصحفيين وعلاقتها بالمصادر الإعلامية، ان الصحفيين الذين يملكون مستوى عالي من الخبرة (من 05 سنوات فأكثر) هم الأكثر اعتمادا على المصادر الرسمية في معالجة الأحداث، وذلك بنسبة 56 بالمائة المرادفة ل 28 تكرار،كما يعتمدون،وبنسبة معتبرة على المصادر غير الرسمية، وهذا ما تدل عليه نسبة 30 بالمائة، المرادفة ل 15 تكرار. تدل البيانات ذاتها على اعتماد الصحفيين الذين يملكون خبرة تتراوح ما بين سنة إلى سنتين على المصادر الرسمية بنسبة 26 بالمائة المرادفة ل 13 تكرار، وعلى المصادر غير الرسمية بنسبة 10 بالمائة المرادفة ل 05 تكرار، وهنا، نجد أن فئة الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم المهنية ما بين 03 إلى 05 سنوات تعتمد على المصادر الرسمية وغير الرسمية بشكل متقارب، حيث سجلنا في هذا الصدد نسبة 12 بالمائة المرادفة ل 06 تكرارات بالنسبة للمصادر الرسمية، و 10 بالمائة المرادفة ل 05 تكرارات بالنسبة للمصادر غير الرسمية. وتعتمد الفئة ذاتها على مصادر أخرى بنسبة ضئيلة هي 02 بالمائة بتكرار 01، وتتقاسم نفس النسبة مع فئة الصحفيين الذين تتراوح تجربتهم المهنية ما بين سنة إلى سنتين.

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية لهذا الجدول أن فئة الذكور أكثر تعاملا معا المصادر على اختلاف طبيعتها بين رسمية وغير رسمية وهذا مرتبط بطبيعة الأوضاع الأمنية والسياسية -من جهة- وطبيعة الفئة- من جهة أخرى،والتي يكون تأثرها أقل بفئة الاناث، وحساسية الأوضاع بالنسبة لهذه الفئة يبدو جليا من خلال تعاملها بصفة كبيرة مع المصادر الرسمية، وقلة اهتمامها بالمصادر الغير الرسمية، حيث أن هذه الأوضاع، لم تكن تسمح للمرأة الصحفية التعامل والعمل بكل حرية ومرونة في هذا المجال، ما يحد من إمكانية تنقلها، وحتمية تعاملها بطبيعة الحال

بالمصادر الرسمية التي تبعد عنها المشاكل في هذا المجال، كما أن الأوضاع الأمنية خلال هذه الفترة خلقت نوعا من الجدال والتردد في شأن التغطية الإعلامية، فالبعض يرى ضرورة التغطية بالاعتماد على المصادر الرسمية وغير الرسمية، تحت شعار " الإعلام مرآة المجتمع" ، ونجد تيارا آخر يفضل تجاهل هذه الأحداث نوعا من خلال التغطية الرسمية السطحية لها، وذلك تفاديا لتضخيم الانحراف في شأنها) غايار فيليب ترجمة فادي الحسيني،تقنية الصحافة: ص 19).

ونظرا لتحفظ المصادر الرسمية في إعطاء الإحصائيات الواقعية لمختلف الأحداث والجرائم، وتفاديا لتعميق الانحراف في شأنها، من خلال تفادي شعور الجماعات الإرهابية بخطورتها وتأثيرها على الأمن والاستقرار، وإبراز نجاح العمليات الإرهابية، فإن السلطات كانت متحفظة في مصادرها، حفاظا على مسعاها الأساسي خلال هذه الفترة، والمتمثل في محاربة الإرهاب الذي كان من أولوياتها الأساسية، وحفاظا على كشف الصحفي عن غير قصد عن مختلف الأسرار الأمنية التي قد تؤول دون تحقيق هذا الهدف، ومن أجل ذلك، ولتحقيق الإشباع في مجال المعلومة، وتقديم التفاصيل في شأنها (الإحصائيات والأرقام) يلجأ معظم الصحفيين، لا سيما الناشطين لدى الصحف الخاصة إلى استعمال مصادرهم الخاصة في الحصول على الأخبار من خلال التنقل إلى الميدان والحصول على الشهادات الحية، ومحاورة الجرحى، والمعنيين بالمعاناة في هذه الفترة أبو زيد فاروق، فن الكتابة الصحفية: ص 250.

ونلاحظ من خلال هذا الجدول أن أفراد العينة الذين يملكون خبرة في المجال الإعلامي أكثر اعتمادا على المصادر الرسمية وغير الرسمية في التغطية الإعلامية، ويعود ذلك إلى طبيعة تجربتهم في هذا المجال، والتي تسمح لهم بالتأكد من المعلومات، عكس ذلك بالنسبة للفات الأقل خبرة في هذا المجال، والذين يعتمدون أكثر على المصادر الرسمية، نظرا لحساسية الأوضاع والتي تقتضي إبراز مصدر رسمي موثوق فيه، ويضاف إلى ذلك نقص الخبرة في هذا المجال، والتي إقامة علاقات، واكتساب مصادر غير رسمية. ويمكن ربط ذلك كذلك لما أشرنا إليه سابقا، والمتمثل في تخوف السلطات الأمنية من كشف الصحفي عن غير قصد عن أسرار الدولة في محاربة الإرهاب، لذلك، تتعامل أكثر مع الفئات الصحفية ذات الخبرة في هذا المجال، والذين يتميزون بالمرونة والرزانة في التعامل مع المعلومات في مثل هذه

المواقف الحرجة، وهم في الوقت ذاته، أكثر تعاملا بالمصادر غير الرسمية، بحكم تجربتهم القوية في هذا المجال، والتي تؤهلهم لامتلاك العديد من المصادر غير الرسمية، فيلجأ إلى الاجتهاد في جمع المعلومات من مختلف الجهات والمواطنين الذين عايشوا الحدث حتى يتمكنوا من تركيب الخبر، وهنا، يعاني الصحفي، بغض النظر عن خبرته في هذا المجال من الصعوبة في الوصول إلى مصادر الغير الرسمية.

جدول (7) جدول يمثل العلاقة بين متغير الجنس و الخبرة وتقييم أفراد العينة للمعالجة الصحفية

المجموع	ضعيف	متوسط	جيد	الخبرة / الجنس	
	تقييمك للمعالجة الإعلامية للجرائد المستقلة للأزمة في فترة العشرية السوداء				
32	0	16	16	ذكر	جنس المبحوث
100.0%	.0%	50.0%	50.0%		
64.0%	.0%	32.0%	32.0%		
18	2	10	6	أنثى	
100.0%	11.1%	55.6%	33.3%		
36.0%	4.0%	20.0%	12.0%		
50	2	26	22		المجموع
100.0%	4.0%	52.0%	44.0%		
100.0%	4.0%	52.0%	44.0%		
14	1	5	8	1،2 سنة	خبرة المبحوث
100.0%	7.1%	35.7%	57.1%		
28.0%	2.0%	10.0%	16.0%		
6	0	4	2	3-5سنة	
100.0%	.0%	66.7%	33.3%		
12.0%	.0%	8.0%	4.0%		
30	1	17	12	5سنة أكثر	
100.0%	3.3%	56.7%	40.0%		
60.0%	2.0%	34.0%	24.0%		

أولا: القراءة الكمية لبيانات الجدول

يتبين لنا من خلال النتائج الإحصائية لهذا الجدول أن الاتجاه يميل إلى فئة الإناث، وذلك في تقييمهن أن المعالجة الإعلامية في العشرية السوداء متوسطة،

ويظهر ذلك من خلال النسبة التي سجلناها في إجابتهن، والمتمثلة في 55 بالمائة المرادفة للعدد 10. بينما أن نسبة 50 بالمائة من الذكور- أي ما يعادل 16، ترى أن أسلوب المعالجة جيد. واصغر نسبة سجلناها في هذا الصدد كانت للإناث، وذلك في تعليقهن أن المعالجة ضعيفة، وتتحدد في 5.11 بالمائة المرادفة ل 02.

ثانيا: القراءة الكيفية لبيانات الجدول:

نسجل من خلال هذا الجدول نسبة معتبرة من الصحفيات المستجوبات يرون أن المعالجة الإعلامية للعشرية السوداء متوسطة، ويمكن مقاربة ذلك من خلال العودة إلى نسبة الحرية الممنوحة في هذا الشأن، والتي نجد أن مجالها ضيق جدا، كما أن انعكاسات هذه الأوضاع كان خطيرا بالنسبة للمرأة الصحفية، وقد انعكس ذلك على طبيعة المعالجة التي تتسم على الدوام بالسطحية والتحفظ تخوفا من التبعيات، لاسيما بالنسبة للمرأة، التي هي أكثر تأثرا بهذه الأزمة، حيث أن استمراريتها في هذا المجال، يترجم عن تحديها فيه، لذلك، كان الأسلوب متوسطا بالنظر إلى طبيعة الأوضاع وحساسيتها ومساحات حرية التعبير الممنوحة، كما نرى في هذا الصدد أن فئة الذكور قد وصفت الأسلوب بالجيد، وهذا يعود إلى طبيعة الأوضاع الأمنية والسياسية والتي حكمت قبضتها على العمل الإعلامي من خلال ملاحقة الصحفيين، تهديدهم وتعرضهم للقتل، ورغم ذلك استمروا في العمل، وكان هذا تحدي بالنسبة ولهم، ومكسب، ونضال، وهو نقطة إيجابية بالنسبة لهم. و يتبين لنا من خلال إحصائيات هذا الجدول أن رغم اختلاف خبرة الصحفيين، إلا أنهم يجمعون وبنسب متقاربة على المعالجة المتوسطة،ويرجع ذلك إلى طبيعة الأوضاع، التي شكلت خطرا على العمل الصحفي، قد أثقلت كاهل الصحفيين بالتهديدات المختلفة، المباشرة وغير المباشرة، رغم ذلك، استمر العمل في هذا المجال، وقد شكل هذا جانبا من جوانب التحدي لكسب رهان حرية التعبير، وبالفعل، لعب الإعلام رغم الأزمات، وصعوبة الأوضاع دورا هاما خلال هذه الفترة، وهو مكسب يجعل التغطية متوسطة بالمقارنة مع ما يجب أن يكون، وما يطمح إليه الصحفي، وما عايشه من واقع لا يستطيع التعبير عنه بحرية، وجيدة إذا ما ربطنا ذلك بقساوة الظروف.

استنتاجات الدراسة :

أولا: يتبين لنا من خلال هذه الدراسة أن الأوضاع الأمنية خلال العشرية السوداء قد أثرت كثيرا على الممارسة المهنية للصحفيين الناشطين في الصحافة المستقلة الجزائرية، بالإضافة إلى معاناة الصحفي من القيود المفروضة عليه في شأن الحرية في التعبير، نجده في ذات الوقت قد تعرض للعديد من الضغوطات المادية، النفسية والمعنوية، الناتجة عن الأوضاع الأمنية، وتهديدات الإرهاب، ومن شأن هذا أن يؤثر في حد ذاته على المعالجة الإعلامية لأوضاع الأزمة الأمنية خلال هذه الفترة، فالمعروف عن الصحفيين التابعين للصحافة المستقلة، أنهم أكثر تمتعا بنطاق الحرية في التعبير التي أتاحتها لهم طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يشتغلون فيها، إلا أنهم، وفي خضم هذه الأوضاع، قد وجدوا صعوبات كثيرة في العمل الصحفي، فالأغلبية قد وضعت في حتمية الالتزام بالصمت للحفاظ على حياتهم وحياة من حولهم، لذلك، فبين ما يراد قوله، وما قيل فرق شاسع، لا يمكن الإفصاح عنه إلا من خلال استقراء ما وراء سطور المادة الإعلامية، أو العودة إلى مصادرها الحقيقية.

ثانيا: ان الأوضاع الأمنية خلال العشرية السوداء قد أثرت حقا على المعالجة الإعلامية للصحفيين في الصحافة المستقلة الجزائرية، فبالإضافة إلى الظروف الحرجة التي ظهرت فيها الصحافة المستقلة، وتطورت، من حيت أنواعها وعناوينها، نجد أن هذه الأخيرة قد تأثرت كثيرا بالأزمة الأمنية،التي لم تضيق مجال التحليل والتعبير -فحسب- بل عانت في الوقت ذاته من تراجع دعم السلطات لحريتها في التعبير، من خلال تقييدها بالعديد من المواد القانونية، ناهيك عما وضعته أمامها من صعوبات جمة في الوصول إلى مصادر المعلومات، حيث كانت السلطات متحفظة في هذه النقطة، وراء أهداف أمنية، وهنا، يضطر الصحفي إلى التنقل إلى مصادر الحدث، مثله مثل الشرطي أو عون الأمن، وكثيرا ما يجابه في عمله هذا العقبات الأمنية، حيث يعتبر مهددا من قبل الإرهاب، وعقبات السلطة التي تخضع مادته للرقابة القبلية والبعدية.

ثالثا: استنتجنا من خلال هذه الدراسة أن الصحافة المستقلة الجزائرية، قد تأثرت من جراء الأوضاع الأمنية خلال العشرية السوداء، ومن ملامح هذا التأثر التطور المستمر لعناوين الجرائد التي عرفت تنوعا كبيرا، وهذا لإدراك الإعلاميين والصحفيين بالخصوص أهمية وسيلة الصحافة المكتوبة في التأثير على الرأي العام، وهنا نجد أن

أغلبية الصحفيين، قد ركزوا على الجوانب الاجتماعية والسياسية للأزمة، لإشباع حاجات الجمهور الجزائري للمعلومة وتفاصيلها، رغم خطورة الأوضاع.

رابعا: أمام كل هذه العقبات، يجد الصحفيون المستجوبون، أن معالجتهم الإعلامية لأوضاع الأزمة كانت متوسطة، حيث يجدون فيها فرقا بين ما يجب أن يكون وما هو كائن،وعلى الرغم من ذلك، يصرحون أن استمرارهم في هذا النشاط قد شكل تحدي وقد كسبوا الرهان فيه، وكان الثمن غاليا، ويتمثل في حصاد العديد من أرواح الصحفيين، يصل عددهم إلى المائة، وعندما نتحدث عن تأثيرات هذه الأزمة، فالإجابة ستكون بالطبع سلبية، سواء على شخص الصحفي في حد ذاته، أو على معالجته الإعلامية التي لا تنفصل بتاتا عن شخصيته.

الخاتمــة:

إن تاريخ الصحافة وتاريخ السياسة في الجزائر يسيران جنبا إلى جنب، فالصحافة ارتبطت تاريخيا بالسياسة ومثلت أداة تعبير لها منذ الاستقلال حيث عرفت الصحافة المكتوبة في تطورها مرحلتين أساسيتين ومتباينتين وهذا ارتباطا بالنظام السياسي الذي عرفته الجزائر المستقلة، وما يعتبر عاملا رئيسيا وحاسما في تحديد كل مرحلة، حيث نجد أن وسائل الاتصال الجماهيري في علاقتها بالسياسة تتوقف على فلسفة هذه الوسائل في المجتمع وملكيتها وأهدافها فهي إما تابعة للنظام السياسي وأداة من أدوات ممارسة السلطة في المجتمع، وفي هذه الحالة ملتزمة بالمنطق الدعائي لسياسة النظام الحاكم، و اما أنها وسائل مستقلة عن النظام أو تابعة للأحزاب وهي في هذه الحالة تتبنى وجهة نظر الراي العام، أو على الأقل الجماعات السياسية المؤثرة" في ظل واقع سياسي وأمني متأزم (الإرهاب، توقف المسار الانتخابي) أصبحت حرية الصحافة تخضع لتجاوب طرفين متصارعين بصرف النظر عن وسيلة الصراع ديمقراطية كانت أم إرهابية، فقد لجأت السلطة إلى أساليب سن قوانين جديدة للتحكم في حرية الصحافة وتداول المعلومات خاصة المتعلقة بالأحداث الأمنية، أما الطرف الثاني فقد ركز نشاطه على اغتيال الصحفيين والمثقفين بصفة عامة، إلا أن مرحلة التسعينات شهدت تطورا ملموسا على مستوى الفكر والممارسة، ورغم كل التحديات التي واجهتها إلا أنها لعبت دورا حقيقيا كمشارك في تشكيل وبلورة الرأي العام وتحقيق الحاجات الاجتماعية التي يتطلع المجتمع الجزائري إلى تحقيقها.

مراجع البحث الثالث عشر

أبو زيد فاروق، فن الكتابة الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية : قانون إعلام 90-07 المواد 56 و 59.

جريدة الوطن الناطقة باللغة الفرنسية الصادرة في الجزائر، 20 فيفري 2000، العدد2795.

عصام حسيني صفوان، الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال 1999، دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، أكتوبر 2005.

غايار فيليب، تقنية الصحافة، ترجمة فادي الحسيني، ط2، منشورات عويدات، بيروت، 1983.

قيراط محمد، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد 03-04، دمشق، 2003.

مقابلة مع الصحفي "أعمر محلبي"، صحفي في LA TRIBUNE، مقابلة عبر الهاتف، يوم الثلاثاء 18 مارس 2014 على الساعة العاشرة صباحا.

14

البحث الرابع عشر

توظيف الفضائيات التلفزيونية لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي

للتحريض على العنف و الكراهية
« الربيع العربي» أنموذجا

د.أعمر يوسفي
أستاذ محاضر بقسم الإعلام جامعة الجزائر 3

ملخص:

إن ظهور وسائل الاتصال الالكترونية كان له الأثر الكبير على الساحة الإعلامية، وما تنقله وسائل الإعلام التقليدية من أخبار وتقارير استنادا الى مصادر الكترونية إلا دليل واضح على التزاوج الكبير الموجود بين التقنية و عالم الأحداث اليومية التي تعتبر الغذاء الأساسي لوسائل الإعلام، وأمام نزايد توظيف وسائل الإعلام بشتى أنواعها للمواقع الالكترونية و الشبكات الاجتماعية انعكس ذلك مباشرة على طبيعة الأداء لهذه المواقع، فتضاعفت الجهود في خدمة مواقع التواصل الاجتماعي لتحظى بمقدمة الترتيب في اعتمادها كمصادر لنقل الحدث، لكن السرعة في انتشار الشبكات الاجتماعية والتوجه نحو الإعلام طرح العديد من الانشغالات لدى الباحثين بسبب السياق الاجتماعي الذي يتم فيه عرض ما تقدمه هذه الشبكات في الوسط الإعلامي، ومن السياقات الأساسية التي وظفت فيه الوسائل الإعلامية مواقع التواصل الاجتماعي (بالإيجاب أو بالسلب) نجد ما يعرف بالربيع العربي أو الثورات العربية، التي شهدت توظيف واسع لما تنقله مواقع التواصل الاجتماعي لبناء آراء و صناعة الرأي العام العالمي و العربي، و إزالة الغموض على الأحداث، إلا أن بعض القنوات الإعلامية لا تقوم بالتحقق مما نقلته بعض الشبكات الاجتماعية من صور وأخبار و فيديوهات اقل ما يقال عنها انه مشكوك في طرحها، بل تقوم بنقلها من أجل الدفاع أو الهجوم على الطرف الأخر، من هنا برزت إشكالية التحريض على العنف و الكراهية الدينية، خاصة لبعض القنوات التي تساند أجندات واستراتيجيات بعيدة كل البعد عن تطلعات الشعوب العربية للديمقراطية و الحرية و المساواة، لكن هذا لم يمنع بعض الأوساط الإعلامية التي مكنت المواطن العربي من الاطلاع على حقائق الواقع انطلاقا من تقديم نماذج إعلامية ومحتوى الكتروني تم التأكيد من صحته قبل عرضه على الشاشة وهذا خدمة لفكرة حق الجماهير في المعلومة الصحيحة والأخبار المتعلقة بالأحداث بكل نزاهة وإنصاف للأطراف المتصارعة، إذ فتحت المجال أمام جميع الأطراف لتوضيح حقيقة ما يحدث على ارض الواقع.

البحث الرابع عشر

توظيف الفضائيات التلفزيونية لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي للتحريض على العنف والكراهية

" الربيع العربي" أنموذجا

مقدمـة

هناك مثل متداول في أدبيات السياسة الخارجية لدول العالم، خاصة المتحكمة في مدخلات و مخرجات السياسات الدولية، وهو مثل فرنسي معروف مفاده أن "مالك المعلومة مالك للسلطة" ، ولما كانت لوسائل الإعلام القدرة على امتلاك المعلومات، كانت لها نفس الحظوظ في امتلاك السلطة، فلا يمكن القول اليوم بإمكانية عزل السلطة عن وسائل الإعلام خاصة أمام التقدم الكبير لصناعة الحاسوب و الكمبيوتر، و تطور عالم الشبكة و رغم القوة التي عرفت بها وسائل الإعلام التقليدية إلا أن هذه الأخيرة عرفت ولا تزال منافسة شديدة في نقل و الاستحواذ على المعلومات من قبل" الإعلام التشاركي" الذي يساهم فيه المواطن بشكل واضح، خاصة مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي، التي بدأت تحتل الصدارة في نقل المعلومات والأخبار، لكن بين الإعلام التقليدي و الإعلام بالوسائط الجديدة نجد عنصر الاستخدام وطبيعة سياق هذا الاستخدام محل جدل كبير، فما يميز مواقع التواصل الاجتماعي من دعوات كثيرة وخطيرة في الكثير من الأحيان، خاصة تلك الدعوات التي تحرض على العنف والكراهية للغير خاصة من الناحية المعتقد و الدين دفع بالباحث الى الرغبة في الوقوف على بعض العناصر السلبية التي تدعم و تحرض الكراهية الدينية في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتخذها بعض الوسائل الإعلامية كمادة لخدمة أجندات سياسية معينة، فالواقع المعاش اليوم و ما افرزه من عناصر جد متشابكة في الصراع الدولي و الإقليمي و اتخاذ كل

السبل للمواجهة والصراع، هذا الواقع بحق افرز صراعا وعنفا الكترونيا لا يمكن أن نتجاهله، خاصة إذا علمنا أن تداعياته كبيرة وخطيرة على الساحة العربية للدول، فالصراع لم يعد يغذى بالشعارات التقليدية و التعبئة الواقعية، إنما ظهرت تعبة من نوع آخر، تعبئة اقل ما يقال عنها أنها جديدة تتخذ من الجانب الالكتروني ملاذا لها للتأثير أكثر و اجتياح عقول الكثير من الأوساط الشعبية في العالم الثالث، خاصة في العالم العربي، ومن خلال ما سبق و ما للعالم الالكتروني والشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفايسبوك والتويتر من تأثير على الأفراد بصفة عامة و الفرد العربي بصفة خاصة ونظرا للتسويق الكبير الذي اعتمده الكثير من الأطراف لفكرة الربيع العربي، وما للالكترونية من دور، فانه يشرع لنا كباحثين بل من الضرورة بمكان الوقوف على هذه الظاهرة الجديدة، حتى يتسن لنا الوقوف على الظاهرة بجميع ابعادها وكل حيثياتها وذلك من خلال إشكالية يراها الباحث مهمة كانطلاقة في هذا البحث وهي كالتالي :

كيف توظف الفضائيات التلفزيونية محتوى مواقع التواصل الاجتماعي للتحريض على العنف والكراهية ؟

هذا الانشغال أو هذه الإشكالية يمكن أن تتفرع الى عدة تساؤلات جوهرية، من خلالها يمكننا الوقوف على الأبعاد و الخلفيات الحقيقية للتحريض على العنف والكراهية في ما يسمى بالتغيير في العالم العربي، ومن أهم هذه التساؤلات، هل يتم اعتماد الفاسبوك بشكل مخطط له للتحريض على العنف والكراهية في العالم العربي؟

وهل يمكن للفا يسبوك و الشبكات العالمية ان تكون اخطر من التحريض التقليدي الذي يتم بواسطة وسائل الإعلام التقليدية ؟

وهل الرهان على الفايسبوك و الشبكات الاجتماعية من قبل الدول القوية لإثارة الفتنة في دول ما يسمى بالربيع العربي أم أن الرهان ابعد من مجرد إثارة الفتنة ؟ و هناك أسئلة كثيرة تتبادر الى الأذهان لا يمكن حصرها في مقال، بل تتطلب دراسات معمقة وكثيرة، تنطلق من الواقع والميدان الذي تنبعث منه و نحن بدورنا في هذا المقام سنحاول معالجة بعض الجوانب التي يراها الباحث أساسية في هذا الطرح العلمي العميق، الذي نتطرق على أساسه لأربعة محاور أساسية:

أولا : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي لا يسعنا في هذا المقام التطرق لكل الأبعاد و الخلفيات و العلاقات الطبيعية المباشرة وغير المباشرة لمواقع التواصل الاجتماعي، بل سيكون هذا العنصر للإلمام بمعنى و مفهوم هذه المواقع، من الناحية الواقعية و أهدافها الحقيقية، فهذه المواقع تدخل ضمن الدائرة الكلية للشبكات الاجتماعية التي غرضها بالأساس من اجل خلق جسور التواصل و الاتصال بين أفراد و جماعات اجتماعية لا على المستوى القطري إنما على المستوى العالمي، فهي وسيلة اتصالية متعددة الوجهات، فهي كبيت العنكبوت الذي يتقاسم محاور كثيرة لمركز موحد، وهي بحق مواقع لها من البعد الاجتماعي الكثير، إلا أن ما هو خفي أعظم بكثير، فلا يمكن الادعاء بحياد هذه المواقع، ولا يمكن التطرق لها بمعزل عن العوامل والبعاد والعناصر الاجتماعية خاصة السياسية والاقتصادية منها، فعندما نعرف ما تم عرضه لصاحب موقع الفايسبوك كمن قبل الحكومة الأمريكية لبيع الموقع ومقابلته ذلك بالرفض القاطع ليقدم لنا العديد من القراءات والحذر الشديد في معالجة هذه الإمبراطورية الجديدة و ما تحمله من حقائق أقل ما يقال عنها أنها غير واضحة، فعندما تعيش الحياة الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي تجد حقيقة الكثير من العناصر غير الواضحة، فالكل يعتقد أن هذه الشبكات آمنة لكن عندما تسمع أو ترى ما تنقله هذه المواقع في الكثير من الأحيان من أخبار و إشاعات و دعاية والتركيز على عنصر الإثارة والهجوم والتهجم على الأفراد، هنا فقط تتجلى خطورة هذه الشبكات من الناحية السياسية على الأقل، وقبل التطرق للدور الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي سنحاول الوقوف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي و أهم مميزاتها لنخلص الى الدور الإعلامي الذي يمكن أن تلعبه في هذا الإطار، فهناك من يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي كون البعد الإعلامي موجود لا محالة لكن هذا البعد جد معقد بحاجة الى التنظير، فالكثير من النظريات الإعلامية التقليدية القديمة بدأت تطفو الى السطح، إلا أن المقام هنا لا يتطلب التطرق لهذه النظريات بل سنقدم في البداية عنصر التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي : فما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي ؟

ثانياً : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : هناك الكثير من التعاريف المقدمة لهذا العنصر الحساس في عالم الشبكة وعالم المعلوماتية، ومن أهم التعاريف التي

يمكننا أن نستند إليها للوقوف على أهم مقاربة مفاهيمية لمواقع التواصل الاجتماعي نجد: سيرج برولكس، الذي يسميها بتطبيقات الترابط الاجتماعي، محاولا من خلاله لفت النظر الى الدور الاجتماعي للشبكات (septembre Serge prou lx 2007:p02) فهذا التعريف حقيقة يقوم على عنصر جد حساس وهو المجتمع، فالظاهرة ليست بالشيء البعيد عن الواقع الاجتماعي المعاش، فهو عنصر يربط الحياة الاتصالية للأفراد و الهيئات الاجتماعية، و رؤية سرج برولكس و اعتقاده أ ن الظاهرة عنصر فعال في الحياة الاجتماعية لم يكن امرأ اعتباطيا بل يستند الى واقع و فلسفة مجتمعية، فهو ربط و ترابط للعلاقات بين الأفراد و الهيئات الاجتماعية كما هو الحال بالنسبة للربط اللغوي غير أن هذا الترابط الجديد إنما هو افتراضي لا يستند على دعائم واقعية، إنما هي علاقات لا يمكن أن نلمسها أو نراها بالعين المجردة إنما هي واقع و عالم افتراضي له من الأثر و التأثير الكبيرين عل العالم الواقعي و هنا تكمن المصلحة إن كان البناء ايجابيا و الخطورة إن كان الاستعمال و التوظيف سلبياً.

وحسب احد الباحثين فهي مواقع تسمح للمستعملين بامتلاك صفحة شخصية، ونشر ما يرغبون فيه من المضامين (صور، تسجيلات، نصوص. . .) وهي تلعب دورا كبيرا في بناء علاقات اجتماعية بين الأفراد (إبراهيم بعزيز، 2014 : ص 78)، حقيقة هذا التعريف يفتقر الى عنصر الخلفية، فليس مجرد الإعلان العلني عن الأهداف المسطرة من وراء إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي يعني بالضرورة أن الأمر متعلق بخدمة المجتمع وتسهيل عملية التواصل، فالخفي أحيانا أكبر و أخطر، مما هو معلن، فلا يجب أبدا أن نغتر بما يتم التصريح به كلما طفت ظاهرة جديدة الى العلن، فما الصراع الدائر في هذه المواقع بين الكثير من الأفراد و الجماعات إلا خير دليل على ذلك، فربما التأسيس الأولى أو النية الأولية للقائم على الموقع غرض اجتماعي و خلق جسور المودة و التعامل و التعارف لكن في حقيقة الأمر هذا المسار تغير كثيرا خاصة في دول العالم الثالث، و بامتياز في العالم العربي، أين أصبحت هذه المواقع لها من الخطورة الكثير.

ويعرفها زاهر راضي : أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي

الكتروني مع أعضاء أخريين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها " (زاهر راضي، 2003 : ص09)، في هذا التعريف يحمل نوع من الدقة الا انه يفتقر الى البعد التقني فهو ليس نظام شبكي فقط بين مجموعة تتقاسم نفس الاهتمامات بل هي ابعد من ذلك، فليس بالضرورة ان يتقاسم افراد المجموعة الشبكية الواحدة نفس الاهتمام او نفس المبادئ او نفس الأهداف، خاصة اذا علمنا ان مواقع التواصل الاجتماعي قد توظف من قبل عدة جهات فهي هوايات رقمية في الأخير قد تكون المعلومات التي تحويها صحيحة و قد تكون خاطئة مائة بالمائة، فالأمر يصعب حقيقة التحقق منه.

لن نكثر من تقديم التعريفات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي إذ يكفي أن نعرف أن هاته المواقع غرضها في بداية الأمر خلق جسور التواصل بين أفراد المجتمعات العالمية، لكن هذا الهدف تم تحقيقه بشكل سريع فنسبة المستخدمين لهذه المواقع أصبح يعد بالملايين إن لم نقل بالملايير، ونظرا لهاته الأهمية التي اكتسبتها في الساحة التواصلية بين الأفراد، بدأت ظواهر جديدة مرتبطة بها تحاول التأثير وبشكل فعال على مواقف و آراء الجماهير المستخدمة لمثل هاته المواقع التواصلية.

إن أهم ميزة برزت في مواقع التواصل الاجتماعي، هي إيجاد نموذج جديد من الإعلام، وهو ما أطلق عليه بالإعلام البديل.

الدور الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي

يرتبط تطور الإعلام بتطور العناصر المكونة له، ومن بين العناصر الأساسية للإعلام التشاركي، نجد عنصر الوسيلة، التي تقدمت بشكل كبير اليوم، فالوسيلة التواصلية في خضم مواقع التواصل الاجتماعي قد تغيرت بشكل كبير، و المنظومة التي تتحكم فيها ليست منظومة مادية بحتة بقدر ماهية منظومة ثنائية رقمية، لا يمكن إهمال الجانب التقني منها، فالمجتمع مهما حقق من نشاط اتصالي و تواصلي يبقى يدين لعلن التقنية و بحوث المعلوماتية، ففي الأخير كل ما حققته البشرية من التطور التقدم من الناحية الاتصالية و التواصلية ما هو إلا امتداد للتقدم و التطور لعالم التقنية، ولعالم البرمجيات وعالم الأرقام و الرياضيات، إلا أن الكثير من هذا التطور لا يخلو أيضا من البحوث العلمية و النشاط الإنساني في إبداعه في عالم البرمجيات وعالم الماديات التي تسمع في إدارة المعلومة إدارة منطقية وفقا

لسياسات وسياقات اجتماعية تختلف من مجتمع لآخر وأحيانا من فرد لفرد آخر، لكن ما يريد الباحث إثارته هنا من هذه الزاوية، ما يمكن اصطلاح عليه اليوم بمصطلح الإعلام الجديد، إذ أرى هنا أنها مغالطة لأن العملية الإعلامية لم تتغير وليس هناك جديد من الناحية الفكرية و الفلسفية لمفهوم الإعلام، فالعناصر الإعلامية كلها موجودة و لا يمكن الإقرار بجدة عنصر على حساب عنصر، والذي تغير أو تطور إنما الزاوية المادية للوسيلة وليس المفهوم الفكري للوسيلة، فهي في الأخير تبقى تقدم نفس الخدمة وهي نقل المعلومة من مكان للآخر، فالذي تغير فيها هي الناحية المادية كالهاتف وما له من أجيال مختلفة ومتعددة لكن يبقى الهاتف يحافظ على البعد الدلالي وهو نقل المعلومة، فالعملية الإعلامية نظريا و فلسفيا لم تتغير إنما تطورت في بعض عناصرها كالوسيلة مثلا.

إعلام جديد أم إعلام بوسائط جديدة ؟

إن إطلاق فكرة الإعلام الجديد على الشبكات الاجتماعية و مواقع التواصل الاجتماعي هو تسرع، فلا يعني أبدا أن لجوء المواطنين لنقل مقاطع فيديو أو تسريبات لبعض الأخبار الخاصة بالشخصيات السياسية وشخصيات أخرى لا يعني أبدا انه إعلام، لأن العملية الإعلامية بحاجة الى مبادئ وسياق ومسار إعلامي وفكر وتكوين بيداغوجي وهيئات على شكل مؤسسات عملاقة يمكن أن تستمر بالتواجد في العالم الحقيقي، إلا أن الإقرار بكون مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون من مصادر المعلومات أمرا جائزا كونها بإمكانها أن تسبق وسائل الإعلام التقليدية لنقل الحدث، وقد تلعب دورا إعلاميا أحيانا أخرى، إلا أن الدور الاتصالي التواصلي أكثر بروزا من الدور الإعلامي، وما يجب الاعتراف به ان القول بإعلام جديد أو إعلام بوسائط جديدة يبقى طرحا مشروعا، إذ هناك من يرى أن الإعلام أصبح جديدا أمام استخدام ومشاركة الأفراد في إعداد المضامين الإعلامية لوسائل الإعلام الكلاسيكية، و هناك من يرى أن هذا الطرح بعيد عن الواقع الذي يتطور فيه الإعلام، فإذا رجعنا الى تعريف الإعلام لوجدنا بأنه عملية نقل الخبر من مصدر الى مستقبل عن طريق وسيلة إعلامية، ومن هذا المنطلق نجد أن العملية الإعلامية بواسطة إشراك مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركة الجمهور

في العملية لا يستلزم بالضرورة تغيرا في العملية الإعلامية، بل ما حدث أن العنصر المتعلق بالوسيلة هو فقط الذي تغير وبيس العملية الإعلامية ككل، لذا فإطلاق تسمية إعلام جديد كمفهوم لغوي و حتى من حيث المعنى ليس صحيح إنما الصحيح أن نسميه إعلام تشاركي أو الإعلام بالوسائط الجديدة (علي محمد رحومة، 2007، ص 75)

ويمكن القول أن الإعلام البديل فرصة للمجتمع المدني لربط جسور التبادل للمعلومات بين أفراده، فلأساس هنا ليس المصطلح في حد ذاته إنما ما له من تداعيات و تأثيرات على لأفراد و الواقع الاجتماعي للدول، فما يجب التركيز عليه ليس ما للمصطلح من دلالات لغوية بقدر ما يجب التركيز على ما للمصطلح من دلالات واقعية حسب كل مجموعة اجتماعية وحسب كل مجتمع، وما له من دلالات واقعة من الناحية السياسية الاقتصادية والثقافية، فالأجدر للباحثين البحث عن تدعيات الظواهر على المجتمع و ما يمكن ان ينجر عنها من الناحية الواقية لقبول الجديد الايجابي منها و مواجهة و التغلب على ما هو سلبي فيها (نهوند القادري، 2008 :ص 231)

ويحاول الإعلام البديل التركيز على حرية الرأي و التعبير كعنصر منتصر لا منهزم، وذلك عن طريق الهامش من الحرية الذي يوفره، فحرية الرأي وحرية نقل المعلومة وحريات الطرح لا يعني أبدا عدم احترام مبادئ الحرية وحرية الغير.

فلا يعني أبدا أن فضاء مواقع التواصل الاجتماعي فضاءا للحرية المطلقة بل هو فضاء له من العناصر المساعدة على دعم الفكر التحرري وحرية التعبير و حرية الفكر لكن لا يجب أن نغتر أبدا في تقديم معلومات وإبداء أراء قد تؤدي الى إضرار لا على المستوى الفردي فحسب بل قد ينجر عنها مشاكل و انعكاسات سلبية يؤدي بالدول القائمة عليها غلق باب الحرية على مستوى هذه الشبكات وفرض عليها رقابة واسعة النطاق.

وهذا ما يفتح المجال أيضا لتشجيع عالم القرصنة و التعدي الالكتروني في الأوساط الاجتماعية، وحمل بعض الدول للتعدي على أخرى، فالحرية لا يعني بالضرورة التصرف دون احترام حرية الغير، فلا يجب المساس بحرية الغير و

التعدي عليها و اللعب على وتر حرية التعبير وحماية الحقوق الفردية الجزئية، فالعالم ليس لمجموعة بعينها بقدر ما هو بيئة لجميع الأفراد لهم فيه حقوقا وواجبات و هذا ما يجب أن يكون عليه العالم الافتراضي (سعد بن جبلي، 2007: ص 9)، لكن للأسف الشديد نجد في الكثير من المناسبات أن استغلال الكثير من الأفراد لهذا النوع من الإعلام كان ولا يزال سلبيا في الكثير من الأحيان، و نظرا لخطورة ما تداوله مواقع التواصل الاجتماعية بدأت الأنظمة و الحكومات خاصة في دول العالم الثالث بالاحتراز من هذا النوع الجديد من الإعلام، كثيرا ما أدى في بعض الحالات الى إيقاف و مراقبة هذه المواقع.

صفات وسمات الإعلام التشاركي

حقيقة لا يمكن للإعلام التشاركي أن يفرض وجوده لولا السمات التي تميزه عن الأنواع الأخرى من الأشكال الإعلامية الكلاسيكية، ومن أهم هاته الصفات والسمات نذكر :

- **التفاعلية** : في الوقت الذي لا يهم رأي الجمهور في الإعلام بالوسائل الكلاسيكية، بقدر ما تهم الرسالة المقدمة له، لكن ومع ظهور الإعلام التشاركي منح للجمهور مكانة خاصة إذ فتح له المجال للمشاركة بصفة فعالة في الحدث، أو على الأقل في إبداء رأيه اتجاه الحدث.

وتعتبر التفاعلية من العناصر المنشودة من قبل الجماهير و الهيئات المدنية لسنين طويلة، وما وفرته مواقع التواصل الاجتماعي كان بمثابة انتصار للفئات التي حرمت التعبير عن رأيها إزاء القضايا الاجتماعية، السياسية والاقتصادية المختلفة. (رحاب الداخلي، 2009 : ص 62)

- **التواجد في كل مكان** : فبإمكان مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في اي نقطة من العالم فيها الانترنت، فلم يعد فيه (jhon v.pavlik , 2001, p01) إشكال من هذه الناحية.

- **متعددة الوسائط** : إنها أقوى ميزة في مواقع التواصل الاجتماعي، فصفة تعدد الوسائط من الصفات الأساسية، كون هذه الصفة تتميز بها شبكة الانترنت،

و هذا ما سهل على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الحدث، بصورة آنية و بالوسائل المختلفة، السمعية، المرئية، و المكتوبة.

- **تفتيت الجمهور** : حقيقة إن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي غير متجانس تماما، و لا يتطلب الاطلاع على الرسالة بصفة جماعية، إذ يمكن العودة الى الرسالة في اي زمان وفي أي مكان. (jhon v.pavlik 2001: p21)

- **إمكانية التعديل بعد النشر** : و هذه ميزة أخرى تحسب لصالح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يمكن إضافة، حذف، تعديل، أو أثرا الحدث و هذا ما لم يكن يتسنى في الوسائل الإعلامية الكلاسيكية.

صفات وسمات الإعلام التشاركي

توجد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المهمة و التي لديها تأثير كبير على المستوى العالمي، ويمكن أن نحدد بعضا منها على سبيل الذكر لا الحصر :

شبكة الفايس بوك : وهو من أشهر المواقع على شبكة الانترنت، وكانت بدايته على يد أحد طلبة جامعة هارفارد، يدعى مارك جوكر بيرج، وكان في البداية على مستوى الجامعة فقط وكان يهتم بنشر صور وأخبار الطلبة، ليتم تعميمه فيما بعد، ليصبح ظاهرة عالمية. (جريدة العرب، 2009)

شبكة تويتر : هي موقع شبكات تدوين بخدمة مصغرة، و هي على شكل تغريد فقط، إذ يكون الحد الأقصى للرسالة الواحدة في حدود 140 حرف.

المدونات : وهي مواقع شخصية، يقوم على إثرها أصحابها بنشر مواقفهم و آرائهم إزاء قضايا مختلفة داخل المجتمع، وتكون مؤرخة و مرتبة زمنيا تصاعديا. (عبد الله بن يحيا آل محيا، د ت ن : ص 45)

- **المحتوى التحريضي للعنف والدعوات للكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي**:

إن المتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي ليجد فيها من الايجابيات الكثيرة، لكن هذا لم يمنع من ظهور سلبيات كثيرة، و أخطرها تلك الرسائل التي تدعوا الى الكره و تحرض على العنف، وما الرسائل التي يتم تداولها ضد بعض الأشخاص و

الهيئات و المذاهب الدينية إلا خير دليل على ذلك، ويعود هذا التعدي على الغير نتيجة للشحنات التي يحملها البعض ضد البعض الآخر لتصل في الكثير من الأحيان للسب والشتم، وتشجيع على العنف، وفي هذه الأيام نجد نلك الصور التي يتم نشرها عن مسلمي إفريقيا الوسطى وما يتعرضون له من اعتداءات وتصفية جسدية رغم انه قد تكون بعض الصور مفبركة لإثارة الفتنة والصراع بين المسلمين والمسيحيين في العالم، كما يمكن أيضا متابع السب والشتم والدعوة الى العنف من قبل بعض العناصر الشيعية لغير الشيعة و السنية لغير السني، وهذا ما دفع في الكثير من الحالات الى انعكاسها على شكل مواجهات ميدانية على الأراضي السورية، ثم اللبنانية، بالإضافة الى التهديدات التي يتم إطلاقها من طرف بعض التنظيمات المسلحة ضد المصالح الغربية في الأرضي الإسلامية، كل هذا نجده في مواقع التواصل الاجتماعي و ما زاد من إمكانية انتشارها، إمكانية إخفاء الشخصية الحقيقية للمحرض الالكتروني على العنف.

- الفضائيات، مواقع التواصل الاجتماعي، والمشهد العربي "الثورات العربية" :

لقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في إطلاق العنان للمظاهرات و إبداء رأي الجماهير أثناء ما يسمى بـ "الربيع العربي" (wendy hink yong chun 2006: p 01)، وأصبح الجمهور رقم مهم في معادلة التحكم في مسار الثورات العربية التي نتجت عن أسباب كثيرا ما قيل عنها اقتصادية وسياسية، لكن المشاهد أثناء الحراك وبعده بروز ظاهرة جديدة الى العمل الإعلامي لبعض الفضائيات التي استنجدت بمواقع التواصل الاجتماعي لتغطية الأحداث التي أدت الى إنهاء أنظمة حاكمة في دول عربية، و بالأساس بتونس ومصر.

وكانت تلك الفضائيات كثيرا ما أتت بصور و مقاطع فيديو لتقدمها للجماهير دون محص أو فحص، وكانت هاته الفضائيات تختار ما تقدمه من فيديوهات و مشاهد وفقا لسياستها ومواقف الدول التي تمولها، فنجد بعض هاته الفضائيات لا تقدم إلا ما يخدم المعارضة و البعض الآخر إلا ما يخدم الأنظمة و الحكومات التي تدافع باستماتة على كرسي الحكم، هذا ما أدى الى بروز نوع جديد من الإعلام لا يحتاج الا الى هاتف نقال وكاميرا وحاسوب شخصي مع إمكانية ربط الاتصال

بالحسابات الخاصة بالفضائيات التلفزيونية لتزويدها بمشاهد واقعية أو مفبركة. و كانت أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي لعبت و لا تزال الدور الريادي في توجيه مسار ما يسمى بالثورات العربية، كل من اليوتيوب، و الفايسبوك، و التويتر، و السكايب... و هي كلها قدمت مجال للحرب النفسية و الدعوة الى نصرة طرف على طرف آخر و كثيرا ما كانت هاته الدعوات بسبب الكراهية الدينية، و ما الواقع السوري اليوم إلا خير دليل على ذلك، فبعد أن تم تعبئة الرأي و عرض ما حدث للبوعزيزي في تونس في 2010، و تغير نظام الحكم، انتقلت الشرارة الى مصر التي تم بموجب التحريض أيضا إنهاء حقبة النظام الحاكم في 2011، لتنتقل الشرارة الى الكثير من الدول المجاورة لها، لكن في سوريا الأطراف التي تتدخل كثيرة و معقدة و جميعها تدعوا الى العنف و المواجهة، وكم هي كثيرة تلك التي تدعوا الى نقل المعركة الى لبنان بعد تدخل "حزب الله" اللبناني، وهذا بالفعل ما حدث بالإضافة الى دعوات الشيعة و بعض الأطراف الإيرانية الى ضرورة دعم التيار الشيعي بسوريا، هذا ما أدى الى إطالة عمر المعارك في سورية.

الجانب التطبيقي للبحث

قام الباحث بإعداد استمارة بحث قصد هذا الغرض، و ذلك للوقوف على رأي مختصين في المجال السياسي و الإعلامي من فئة الدكاترة و أساتذة التعليم العالي على مستوى جامعة الجزائر 3، و لقد قمنا بتقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور أساسية، إذ يتناول الباحث في المحور الأول الدور الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي، و كانت العينة المختارة المكونة من 36 أستاذ و باحث في العلوم السياسية و الإعلام، و كان اختيار العينة بصفة عمدية، كون الباحث يبحث عن إجابات دقيقة تحمل من التحليل و التفسير للظاهرة و هذا ما أدى الى البحث عن أفراد يمثلون نخبة جامعية، و كانت العينة بالتساوي بين كلية الإعلام و كلية العلوم السياسية، لكن لم نأخذ بعين الاعتبار التخصص كون العينة المدروسة أساتذة لهم تدخلات في الجوانب السياسية والإعلامية في قنوات تلفزيونية و فضائيات لهم من الخبرة ما يسمح لهم بالتحليل، وكانت إجابتهم عن مدى إمكانية لعب مواقع التواصل الاجتماعي للدور الإعلامي، بالتأكيد وذلك بنسبة 91.66 بالمائة، و ذلك نظرا للمعلومات و الأخبار التي تنقلها هذه المواقع، و نظرا للمصادر المتنوعة التي تعتمدها.

أما عن كيفية إمكانية لعب هذه المواقع للدور الإعلامي، فكانت نسبة 80.55 بالمائة يرون أن هذه المواقع تساهم بشكل فعال في نقل الحدث، وترى نسبة 61.11 بالمائة من العينة المبحوثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا إعلاميا من زاوية المشاركة في تحليل الحدث، و نسبة 51. 55 بالمائة من العينة المبحوثة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تفعل دور وسائل الإعلام في نقل الحدث، ونسبة 50 بالمائة من العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بنفسها بصناعة الحدث، و بين هذا و ذاك يجع جميع أفراد العينة، على خاصية الآنية والتفاعلية والفورية في نشر الحدث كأهم خصائص لمواقع التفاعل الاجتماعي. وفي المحور الثاني من الاستمارة تم تخصيصه لمواقع التواصل الاجتماعي و محتوى العنف، إذ أكدت نسبة 77.77 بالمائة من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في نشر العنف، مقابل نسبة 19.44 بالمائة من العينة التي لا ترى من أثر للعنف في محتوى هاته المواقع، و يعود هذا التوجه نحو الإقرار بوجود العنف في محتوى التواصل الاجتماعي الى غموض الأشخاص الذين يقمون بالدعاية وتشجيع العنف بسبب الهوية الرقمية للمستخدمين.

وعن طبيعة الكراهية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي ترى نسبة 61.11 بالمائة من أفراد العينة المدروسة، أنها عرقية و نسبة 55. 55 بالمائة يرون أنها دينية مذهبية، في حين ترى نسبة 52.77 بالمائة أنها عنصرية، في حين ترى نسبة 41. 66 بالمائة أنها طبقية اجتماعية. وعن الطرق التي يتم بها نشر الكراهية والتحريض على العنف، اجماع من العينة المبحوثة أن هذه المواقع تعتمد على الفيديو والصور والتسجيل الصوتي وكذا التعليقات المكتوبة.

أما عن المحور الثالث فقد خصصناه للوقوف على استعمال الفضائيات العربية لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي للتحريض على العنف والحراك الشعبي في ما يسمى بالربيع العربي، فنسبة 90 بالمائة من أفراد العينة المبحوثة ترى أن المحتوى البصري لعب الدور الكبير في الفضائيات العربية أثناء عرض النشارات أو في تقديم حصص خاصة ببعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية للدول ويأتي استعمال تعليقات المشاركين في الفايسبوك بشكل كبير وهذا ما تراه نسبة 80 بالمئة من العينة المدروسة، بالإضافة الى المحتوى السمعي الذي يتم توظيفه أيضا للتحريض على العنف والكراهية.

ونسبة 90 بالمائة من العينة المدروسة ترى أن استعمال الفضائيات لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي المحرض على العنف والكراهية لصالح أطراف سياسية معينة، وكثيرا ما تكون لصالح دول و أطراف خارجية. وهنا تجمع هاته النسبة الكبيرة من المبحوثين الى دور نظرية الفوضى الخلاقة في زرع الفوضى ودعم جهات تخدم أجندات الدول الكبرى. و كثيرا ما تعتمد هاته الفضائيات على محتوى خام دون التأكد من صحته، و هذا ما يراه حوالي 61.11 بالمائة من المبحوثين.

وتتقارب النسبة السابقة مع نسبة الذين يرون ان محتوى مواقع التواصل الاجتماعي الموظف في الفضائيات العربية كان بغرض التحريض على العنف والكراهية وبنسبة 50 بالمائة من الذين يرون أن طبيعة الكراهية المحرض لها هي كراهية دينية.

والذي يقف وراء هذه الأحداث هي الدول الكبرى بتأييد من قبل الكثير من الأطراف العربية، ونسبة كبيرة من المستجوبين يرون ان المحتوى المعروض في العديد من الفضائيات يحمل الطابع الديني المذهبي خاصة الصراع بين السنة والشيعة، وأحيانا بين السنة و المسيحية التي تدعمها الدول الكبرى وعلى رأسها الإدارة الأمريكية و الحكومة الروسية بالإضافة الى النظام الإيراني وبغض الدول الخليجية.

ولمواجهة هذه الظاهرة التي استفحلت و بشكل كبير في الإعلام الفضائي العربي اجمع المبحوثين على ضرورة إيجاد إعلام بديل يقوم على نقل الأحداث بمصداقية والتخلص من التبعية المالية للأنظمة الحاكمة، ودعوا أيضا الى اعتماد منابر إعلامية واتصالية أخرى للحصول على الأخبار، والاعتماد على الإعلام البناء الذي يدعم صناعة الفكر و دفع عجلة التنمية و التطور بدل الانشغال بالأفكار التي تؤدي الى التقسيم والوقوع في فخ الإعلام المزيف. كما يجب على الدول العربية أن تتوحد و تبني نموذج عربي للفكر السياسي والتعاون الاقتصادي والبناء الفكري ودحض الخلافات الدينية وعدم الانسياق وراء الأفكار الغربية التي تدعوا الى الديمقراطية الزائفة لخدمة أجندتها الخاصة.

خاتمـــة:

وكخاتمة لبحثنا هذا يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي مهمة في حياة حرية التعبير وفتح المجال للحوار والنقاش، لكن إمكانية توظيفها بالشكل السلبي

أصبح واقعا لا يمكن الإغفال عنه. كما أن توظيف الفضائيات لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحة ذلك المحتوى يمكن أن يفضي الى نتائج وخيمة على الساحة العالمية.

فما أدعو إليه هو أن يتم إعادة مواقع التواصل الاجتماعي الى دورها الأول المتمثل في خلق جسور التواصل، مع إمكانية المشاركة الفعالة للبناء لا للهدم داخل المجتمع.

كما يجب على الفضائيات ألا تستثمر في ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من محتوى لضرب أطراف معينة، بل يجب التأكد من صحة المحتوى من عدمه، فليس كل ما يقدم في هذه المواقع صالح للبث والنشر.

كما يجب على المواطن العربي أن يعي أن الإعلام يمكن أن يتلاعب بمشاعره كيفما شاء إذا خضع له بصورة كلية دون الانتباه للتظليل والتزييف الذي يحدث في الرسائل الإعلامية، فالاحترافية الإعلامية ضرورية في حياة الإعلام الحديث، والمسؤولية الإعلامية اليوم أصبحت تطرح بشكل ملح أكثر من أي وقت مضى و ما تجربة بعض الفضائيات الرائدة العربية (الجزيرة مثلا وفرانس 24) ومثليهما من الفضائيات التي تستقطب الكثير من المشاهدين إلا نتيجة للاحترافية والاهتمام أكثر بالمشاكل و السياق الاجتماعي للقضايا الساخنة التي تنطلق من الواقع نحو الفكرة لا الفكرة نحو الواقع، فالفرق واضح بين إعلام ينطلق من تنظير لفرض أفكار و توجيهها حسب أجندات معينة و إعلام ينطلق من واقع نحو تأسيس لأفكار لها جذور قوية تستند لها كل مرة.

مراجع البحث الرابع عشر

إبراهيم بعزيز (2014) مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام و ظهور صحافة المواطن، مذكرة دكتوراه، جامعة الجزائر 3 كلية الإعلام و الاتصال، .

زاهر راضي(2003) استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان.

علي محمد رحومة : الانترنت و المنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، ص 75.

نهاوند القادري (2008) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوف التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ص 231.

سعد بن جبلي : رصد الإعلام الجديد و علاقته بالرأي العام ?سلاح المهمشين العرب، في ثالث أيام مهرجان القاهرة الإعلام، الثلاثاء 04/ 12/ 2007.

رحاب الداخلي (2009) انترنت الاتصال، محمد السيد و آخرون، وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت، القاهرة، دار الفكر العربي .

عبد الله بن يحيا آل محيا : أثر استخدام الجيل الثاني للتعليم الالكتروني على مهارات التعليم التعاوني لدى المعلمين في أبها، جريدة العرب، صفحة أسواق العرب، عدد الأربعاء 18/ 03/ 2009. .

John v .pelvic (2001) Journalism and New Media, new York, Colombia university.

Serge proulx (2007)web participatif ، vers un engagement citoyen de l’usager? éthique et droits de l’homme dans la société de l?information ، commission française pour l’Unesco et conseil de l’Europe , Strasbourg 13-14 septembre.

Wendy Hui Kyong Chun, Thomas W.Keenan (2006) New media ، old media: a history and theory reader, New York: Routledge

15

البحث الخامس عشر

تحولات المشهد السمعي البصري العربي

بعد ثورات الربيع العربي

د. مي عبد الغني
كلية الإعلام - جامعة بنغازي - ليبيا

ملخص:

أحدثت ثورات الربيع العربي تحولات هامة في المشهد السمعي البصري في الوطن العربي شكلا ومضمونا، ولقد تفاوتت وتيرة هذه التغيرات من الانقلاب الكامل في طبيعة المشهد السمعي والبصري في بعض البلدان إلى التغيير الجزئي في البعض الآخر. ومن هنا فإن هذه الدراسة تقوم برصد أبرز مظاهر وسمات التحولات التي نجمت عن التغيرات التي حدثت في هذا القطاع الذي لعب دورا بارزا ولا يزال في التغيرات السياسية الهامة التي تمر بها المنطقة العربية، إضافة إلى تأثره السريع بها.

ومن هنا فإن هذا البحث يهدف إلى الإجابة على التساؤل الآتي : ماهي التحولات التي طرأت على المشهد السمعي البصري العربي بعد ثورات الربيع العربي؟. ومن أجل الإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم هذا البحث إلى خمسة مباحث هي الأول : ثورات الربيع العربي والمشهد السمعي البصري (الخلفية وأنواع التحولات) وهو يستعرض بشكل مكثف ومختصر للبيئة الاتصالية السابقة للمشهد السمعي البصري قبل ثورات الربيع العربي إضافة إلى أنواع التحولات التي شهدها هذا القطاع بفعل هذه الثورات، ويتطرق المبحث الثاني إلى مظاهر وسمات التحولات الجذرية، المبحث الثالث يتناول مظاهر وسمات التحولات شبه الجذرية، المبحث الرابع يأتي تحت عنوان مظاهر وسمات التحولات الجزئية، أما المبحث الخامس فيعرض لأهم النتائج والتوصيات التي توصل إليها البحث.

البحث الخامس عشر

تحولات المشهد السمعي البصري العربي بعد ثورات الربيع العربي

مقدمة

مثلت الثورات التي شهدها العالم العربي والتي اندلعت شرارتها الأولى في نهاية عام 2010م منعطفا تاريخيا هاما في الحراك السياسي في المنطقة العربية وبالتالي فقد نجم عنها تحولات هامة وتبدلات في خرائط الجغرافيا السياسية في المنطقة بحيث نستطيع أن نقول بأنها بداية لحقبة تاريخية مختلفة تماما عما قبلها.

ورغم أن هذه الحقبة التاريخية من تاريخ المنطقة العربية لا تزال في طور التشكيل والتكوين ولم تصل بعد إلى مرحلة الاستقرار إلا أنها حظيت بأهمية استثنائية كونها تجري في منطقة هي الأهم في العالم من حيث الأهمية الإستراتيجية والتأثير الجيو سياسي والذي جعلها ساحة نفوذ وصراع بين الدول الكبرى.

ولما كانت طبيعة عمل وسائل الاتصال في أي مجتمع مرتبطا ارتباطا وثيقا بالنظام السياسي الموجود في ذاك المجتمع - حتى لو كانت هذه الوسائل تبث رسائل غير سياسية- فإن وسائل الاتصال السمعية البصرية في المنطقة العربية هي الأكثر تأثرا وتأثيرا بالحراك السياسي الذي شهدته المنطقة العربية خلال الثلاثة أعوام الأخيرة.

وقد نجم عن هذا الحراك السياسي تغيرات شهدتها وسائل الإعلام السمعية البصرية محدثة بذلك تحولات المشهد السمعي البصري في المنطقة العربية، وهو الأمر الذي انعكس في شكل ومضمون الرسائل الاتصالية التي تبثها هذه الوسائل للرأي العام.

ورغم تنوّع التحولات في المشهد السمعي البصري من بلد عربي لآخر نظرا لاختلاف الخصوصيات والظروف السياسية والمجتمعية التي تميز كل بلد عربي عن الآخر إلا أنه توجد سمات مشتركة لهذه التحولات لترسم بذلك معالم مشهد سمعي بصري جديد يختلف عما سبقه

مشكلة البحث :

شكلت التغيرات والتحولات التي أحدثتها ثورات الربيع العربي في وسائل الإعلام السمعية البصرية في المنطقة العربية تساؤلات لدى الباحثة حول أنواع هذه التغيرات وهل شملت هذه التغيرات الإطار القانوني المنظم لعمل هذه الوسائل؟ وهل انعكست تلك التحولات على أداء هذه الوسائل شكلا ومضمونا؟ وهل هناك سمات مشتركة بين تلك البلدان التي شهدت هذه التحولات أم لا؟

وقد مثلت هذه التساؤلات إشكالية كبيرة وموقفا يحيط به الغموض في ظل نقص الدراسات التي تتناول أنواع هذه التحولات وأوجه التشابه والاختلاف فيما بينها.

وعليه فإنه يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الآتي : ما هي تحولات المشهد السمعي البصري في المنطقة العربية بعد ثورات الربيع العربي؟

أهمية البحث :

تنبع أهمية البحث من محاولته تقديم تفسيرا وتحليلا لأنواع التحولات التي طرأت على واقع وسائل الاتصال السمعية البصرية في المنطقة العربية بعد ثورات الربيع العربي من حيث :

- البيئة القانونية المنظمة لعمل هذه الوسائل ممثلة في الإطار التشريعي.
- أنماط الملكية.
- أداء الوسائل السمعية البصرية.

أولا: الحاجة لتسليط الضوء على كامل المشهد

يهدف هذا البحث إلى رصد التحولات والتغيرات التي طرأت على المشهد

السمعي البصري بعد ثلاثة أعوام من اندلاع ثورات الربيع العربي إضافة إلى كونه يستكشف القواسم المشتركة بين البلدان التي شهدت تلك التحولات.

تساؤلات البحث :

ما هي أنواع التحولات في المشهد السمعي البصري بعد ثورات الربيع العربي؟

ماهي سمات ومظاهر تحولات المشهد السمعي البصري بعد ثورات الربيع العربي ؟

نوع البحث ومنهجه :

يقع هذا البحث ضمن البحوث الوصفية وفي إطار نوع هذا البحث فإن الباحثة سوف تستخدم المناهج التالية :

1. منهج المسح : وقد استخدمته الباحثة في رصد التغيرات والتحولات في وسائل الإعلام السمعية البصرية بعد ثورات الربيع العربي.
2. منهج العلاقات المتبادلة : وقد استخدمته الباحثة في عقد مقارنات بين التحولات والتغيرات التي طرأت على وسائل الإعلام السمعية البصرية بعد ثورات الربيع العربي.
3. المنهج التاريخي : وقد استخدمته الباحثة في الاستناد إلى الخلفية التاريخية لوضع وسائل الاتصال السمعية البصرية قبل ثورات الربيع العربي.

أدوات البحث :

1. جمع البيانات والمعلومات التي جمعتها الباحثة من المصادر التي سوف تتضمنها قائمة المراجع الموجودة في نهاية هذه البحث وتضم: الكتب والدراسات والأبحاث و التقارير التي قامت بها بعض المنظمات والمؤسسات التي تعنى برصد الإعلام في الدول العربية.
2. الملاحظة الشخصية : من خلال متابعة الباحثة ومعايشتها للتغيرات والتحولات التي طرأت على وسائل الإعلام السمعية البصرية بعد ثورات الربيع العربي وأدائها الإعلامي.

حدود البحث:

الحد المكاني : تقتصر هذه الدراسة على المنطقة العربية وهي الحيز الجغرافي الذي تتواجد فيه الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية.

الحد الزماني : حددت الباحثة الفترة الزمنية الواقعة بين 14 يناير 2011 م وهو تاريخ نجاح الثورة التونسية - وهي أولى ثورات الربيع العربي- في إحداث أول تغيير سياسي في العالم بفعل الثورات وحتى 14 يناير 2014م وهو يصادف مرور ثلاثة أعوام على حدوث هذا التغيير.

تعريف المصطلحات في البحث

الثورات :

"مجمل الأفعال والأحداث التي تقود إلى تغييرات عميقة في الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي لأمة أو مجموعة بشرية ما، وبشكل شامل وعميق وعلى المدى الطويل، ينتج عنه تغيير في بنية التفكير الاجتماعي للشعب الثائر وفي إعادة توزيع الثروات والسلطات السياسية". (عاروري، http://www.aljazeera.net/analysis/pages/78727974-08a2-4c1a-bfef-144627dc4e4a، 18 مارس 2011).

الربيع العربي :

هو مصطلح تم تداوله في وسائل الإعلام العربية والأجنبية للإشارة للاحتجاجات والانتفاضات والثورات التي شهدتها المنطقة العربية في نهاية العام 2010 م وبداية العام 2011 م ولا تزال تأثيراتها وتداعياتها مستمرة لغاية الآن".
(عبد الله، http://www.dohainstitute.org/file/pdfViewer/40161cf9-0605-495b-818e-edc9b7d9eb0b.pdf، 16بريل 2012).

البيئة الاتصالية :

يقصد بالبيئة الاتصالية بأنه ذلك الفضاء الاتصالي الذي توجد فيه وسائل الاتصال وتعمل من خلاله منتجة الرسائل الاتصالية والتي تقوم ببثها للرأي العام ومدى استقبال الجمهور لتلك الرسائل وتفاعلهم معها، ومدى تأثير ذلك على

شكل ومضمون تلك الرسائل، وأبرز مكونات تلك البيئة هي :

- الإطار التشريعي.
- أنماط الملكية.
- أداء الوسائل السمعية البصرية.

المشهد السمعي البصري :

يقصد بالمشهد السمعي البصري هي المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية ذات البث الفضائي أو الأرضي فقط.

حرية البث الإذاعي والتلفزيوني والفضائي:

هو السماح لجميع المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية بحرية البث ارضيا أو فضائيا سواء اختلفت أو اتفقت توجهات القائمين (السياسية أم الإثنية والعرقية) على تلك المحطات من مالكين ومحررين ومهنيين مع السلطة الحاكمة في القطر المنوي منه اتخاذه مركزا للبث.

ستاند أب كوميدي - بالإنجليزية: Stand-up comedy

"هو نوع من أنواع الكوميديا ,حيث يؤدي الممثل الكوميدي أدواره مباشرة للجمهور ,ويلقي النكت السخرية " (موسوعة ويكبيديا، http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%AF_%D8% د.ت، استرجع بتاريخ 22 ابريل 2013).

برامج اللوجيك السياسي:

هي برامج تقوم على تقليد الأصوات وتجسيد الشخصيات السياسية أو العامة عبر دمي أو رسوم كارتونية أو من خلال فقرات مخصصة لبعض الممثلين الكوميديين (مهذب، http://www.aljazeera.net/news/pages/1e0818c5-b06d-4a15-ba04-6465503e5422، 28 اغسطس 2012)

التنوع الإعلامي :

شمول التغطية الإعلامية لمكونات المجتمع الواحد.

الملكية الخاصة المنضبطة :

ويقصد بهذا النمط من الملكية السماح للقطاع الخاص بتملك الوسائل السمعية البصرية تحت الإشراف الغير مباشر للوزارات والهيئات المعنية بتنظيم هذه الوسائل و ألا تتعارض مضامين برامجها التحريرية لهذه الوسائل مع السياسات العامة للدولة أو السلطة القائمة فيها.

المبحث الأول

ثورات الربيع العربي و المشهد السمعي البصري العربي

(الخلفية وأنواع التحولات)

البيئة الاتصالية في المنطقة العربية قبل قيام ثورات الربيع العربي

رغم اختلاف السياسات الاتصالية القطرية في الدول العربية إلا أن السمة البارزة التي اتسمت بها الوسائل السمعية البصرية في العالم العربي هي اعتبارها وسائل للتعبئة السياسية والاجتماعية والفكرية للنظم القطرية نظرا لملكية هذه النظم وإداراتها لها. (الجمال، 1991 : 127-151) :

وقد احتلت الوسائل السمعية البصرية مركزا متقدما في المشهد الاتصالي العربي حيث قامت بملء الفراغ الناجم عن عدم تطور البيئة الاتصالية وارتفاع نسبة الأمية.

وقد سمح ظهور القنوات الفضائية العربية بدخول نمط الملكية الخاصة جزئيا لبعض وسائل الإعلام السمعية البصرية في بعض البلدان العربية رغم أن اقتصاديات هذه الوسائل ظل تابعا بصورة أو بأخرى للحكومات إلا أنه منح المتلقي العربي قدرة أكبر على الاختيار وعزز من القدرات التنافسية لهذه الوسائل (سعيد، 2006 : 40-62).

تأثيرات ثورات الربيع العربي على المشهد السمعي البصري العربي

شكلت حادثة إحراق المواطن التونسي محمد البوعزيزي لنفسه في ديسمبر2010، 29 ديسمبر 2010) =http://www.aawsat.com/details.asp'section 4&issueno=11719&article=601495 السعيداني، شرارة البداية لموجة من الثورات والانتفاضات والاحتجاجات - والتي أصبحت تعرف إعلاميا بالربيع العربي - وترجع أسباب قيام هذه الثورات إلى الاستبداد السياسي وغياب الحريات والانتهاكات الصارخة لحقوق الإنسان (إبراهيم، 2012، ص126).

وقد أنتجت هذه التغيرات السياسية المجتمعة تحولات في المشهد السمعي البصري في الوطن العربي، وقد حاولت الباحثة أن تصنف تلك التحولات في

ثلاثة أنواع وفقا للتشابه – مع مراعاة أن هذا التشابه لا يصل إلى حد التطابق نظرا للخصوصية السياسية و الاقتصادية والثقافية التي تميز كل بلد عربي عن الآخر – في أمرين :

- البيئة الاتصالية السائدة في البلدان العربية في مرحلة ما قبل ثورات الربيع العربي.
- البيئة الاتصالية الجديدة في البلدان العربية في مرحلة ما بعد ثورات الربيع العربي.

التحول الجذري:

هو التحول الذي ينتج بيئة اتصالية جديدة مختلفة عما سبقها، وشمول التغيرات جميع مكونات البيئة الاتصالية التي تضم الإطار التشريعي وأنماط الملكية وأداء وسائل الاتصال السمعية البصرية شكلا ومضمونا. و يدخل كل من نموذجي ليبيا واليمن في هذا التنصيف.

التحول شبه الجذري:

هو التحول الذي تعمل فيه بيئتان اتصاليتان : واحدة جديدة وأخرى قديمة وعدم شمول التغيرات لجميع مكونات البيئة الاتصالية. ويدخل كل من نموذجي مصر وتونس في هذا التصنيف.

التحولات الجزئية :

يقصد بالتحولات الجزئية الإصلاحات التعددية النوعية والكمية التي شهدتها وسائل الاتصال السمعية البصرية بشرط انضوائها تحت سلطة الدولة وخاضعة للإشراف الغير مباشر من قبل الدولة. وتدخل باقي الدول العربية في هذا التنصيف.

المبحث الثاني

مظاهر وسمات التحولات الجذرية

تعد ليبيا واليمن من الدول التي شهدت تحولا جذريا في المشهد السمعي البصري بفعل الثورات التي قامت في هذين البلدين وقد عرفت البلدان تشابها في البيئة الاتصالية الخاصة بالوسائل السمعية البصرية التي كانت قائمة في هذين البلدين قبل قيام الثورة فيهما.

أ. ليبيا

البيئة الاتصالية السابقة

لم تسمح التشريعات الإعلامية قبل ثورة 17 فبرار 2011 م بامتلاك المحطات الإذاعية والتلفزيونية بنوعيها الأرضية والفضائية حيث حصر القرار رقم 155 الصادر سنة 1988 تشغيل وإدارة شبكات الإذاعتين المرئية والمسموعة بالهيئة العامة لإذاعة الجماهيرية العظمى (مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، 2006: 57-58) وحتى التجربة الإعلامية الوحيدة التي عرفتها البلاد والتي خرجت عن نطاق عمل الهيئة والممثلة بإنشاء شركة الغد عام 2007 م والتي أطلقت إذاعتين مسموعتين هما الإيمان والليبية وقناة الليبية الفضائية لم يكتب لها الاستمرار طويلا إذ تم ضمها في أبريل 2009 م للقنوات التابعة للدولة (المنظمة العربية لحقوق الإنسان، 2009، أ: 202-203).

مظاهر التحولات الجذرية في ليبيا

شملت مظاهر التحولات الجذرية جميع مكونات البيئة الاتصالية التالية :

أولا - الإطار التشريعي :

تتمثل التحولات الجذرية في الإطار التشريعي الخاص بالوسائل السمعية البصرية في ليبيا في ما يلي :

- نص الإعلان الدستوري الصادر في 3 أغسطس عام 2011 م في مادته رقم 14 على ضمان حرية التعبير والاتصال والصحافة ووسائل الإعلام (الجريدة الرسمية الليبية، 2012، أ، ص4)، وبعد إعلان بيان انتصار ثورة 17 فبراير 2011 أصدر

المجلس الوطني الانتقالي القرار37 لسنة 2012 والذي ينص على إنشاء مؤسسة عامة للإذاعة والتلفزيون تضم كلا من قنوات: الشبابية والرياضية والهداية وقناة ليبيا وقناة ليبيا الوطنية والمركز الإعلامي (الجريدة الرسمية الليبية، 2012، ب،ص983) على أن يتولى المجلس الأعلى للإعلام والذي قرر المجلس الوطني الانتقالي إنشاءه بموجب القرار 44 المسؤولية الإدارية والقانونية على هذه المؤسسات الإعلامية (نفس المرجع السابق، ص971).

- حل جميع الجهات التابعة لإذاعات الجماهيرية العظمى والجهات التابعة لها سابقا كما تم تأسيس قناة ليبيا الفضائية إضافة إلى إذاعة مسموعة ونقل تبعيتها إلى وزارة الثقافة والمجتمع المدني وذلك وفقا لقرار مجلس الوزراء رقم 7 لسنة 2011 م بالحكومة الانتقالية الليبية الصادر يوم 8 ديسمبر 2011 م (ديوان مجلس الوزراء - الحكومة الليبية الانتقالية، 2011)
- تتولى وزارة الاتصالات والمعلوماتية الليبية منح تراخيص الطيف الترددي الخاصة بمحطات البث الإذاعي (الجريدة الرسمية الليبية، 2012، ج، ص78).
- انتقال تبعية الإذاعات المحلية المسموعة إلى المجلس المحلي الذي تقع في نطاقه بدلا من تبعيتها للهيئة العامة لإذاعات الجماهيرية - سابقا وذلك بموجب القرار 197 الصادر عن وزارة الثقافة والمجتمع المدني (وزارة الثقافة والمجتمع المدني - الحكومة الليبية الانتقالية، 2012).
- بعد إجراء انتخابات المجلس الوطني في ليبيا في يوليو 2012م أصدر المؤتمر الوطني القرار رقم 13 لسنة 2012م بإنشاء وزارة للإعلام مؤقتة (الجريدة الرسمية الليبية، 2013، د، ص509).
- قام مجلس الوزراء الليبي بإصدار القرار رقم 33 لسنة 2013م بإنشاء هيئة الإذاعة والتلفزيون الليبية التي تخضع لإشراف مجلس الوزراء (الجريدة الرسمية الليبية، 2013،هـ، ص577).

ثانيا - أنماط الملكية :

شهدت ليبيا تحولا جذريا فيما يتعلق بأنماط الملكية فقد ظهر نمط جديد لملكية الوسائل السمعية البصرية وهو نمط الملكية الخاص وهي تمثل التحول الأكثر بروزا في هذا البلد، وتنقسم أنماط الملكية في ليبيا إلى :

1. **ملكية الدولة** : وتضم قسمان هما :

- الملكية الحكومية : ويتمثل في القنوات التلفزيونية والفضائية والإذاعات المسموعة التي تتبع الحكومة الليبية.
- ملكية المجالس المحلية : وهو نمط تتميز به ليبيا عن سائر البلدان العربية ويتمثل في الإذاعات والقنوات التلفزيونية الفضائية المحلية التي تتبع المجالس المحلية التي تقع في نطاقها.

2. **الملكية الخاصة** : وهي الوسائل السمعية البصرية التي تتبع هيئات خاصة.

ثالثا - أداء الوسائل السمعية البصرية :

- تعكس اتجاهات الوسائل السمعية البصرية التنوع في التيارات والاتجاهات السياسية السائدة في المجتمع الليبي، 14 مايو 2013) Http:// carnegieendowment.org//.../ الإعلام-الانتقالي-في-ليبيا... أخيرا، (العيساوي / g3dy).
- ظهور الإعلام الانتخابي ويتمثل ذلك في التغطية التلفزيونية والإذاعية لانتخابات المؤتمر الوطني (منظمة الاتحاد الأوروبي، http:// www.eueom.eu/files/pressreleases/other/eueat-libya-2012-final-report_ar.pdf، 1أغسطس 2012).
- ظهور الإعلام المرئي المحلي ويمثل ذلك في القنوات الفضائية التي تمثل مدنا معينة.
- حصر حقوق نقل جلسات المؤتمر الوطني بقناة ليبيا الوطنية (قناة ليبيا الوطنية - الناقل الرسمي لجلسات المؤتمر الوطني، http://www.gnc.gov.ly/ index.php? option=com_content&view=article&id= 17:2012-08-25-13-01-03&catid=2:-2&Itemid=12، اغسطس 2012)
- التعبير عن المكونات الثقافية والمناطقية للمجتمع الليبي حيث تم إطلاق قناة فضائية وعدد من محطات الإذاعة التي تبث باللغة الأمازيغية.
- ظهور المحطات الإذاعية المتخصصة بفئات عمرية محددة حيث شهدت مدينة بنغازي إطلاق أول محطة إذاعية متخصصة في الأطفال وهي إذاعة السنابل.

ب - اليمن

البيئة الاتصالية السابقة:

ظل امتلاك المحطات الإذاعية و القنوات التلفزيونية في اليمن حكرا على الدولة بالرغم من تعدد وتنوع تلك المحطات و القنوات وتوزعها بين عامة ومتخصصة (طاهر، http://www.al-tagheer.com/news/ye.php'yemen= news&sid=3438، 26 اغسطس 2007) حيث كانت جميع المحطات الإذاعية والقنوات الفضائية اليمنية تتبع المؤسسة اليمنية العامة للإذاعة والتلفزيون والتي أعيد تأسيسها بعد دمج المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون في صنعاء وهيئة الإذاعة والتلفزيون في عدن (المؤسسات الإعلامية اليمنية، yemenrtv.net/books/ ins%20e3lam%20yem.pdf، د.ت، استرجعت بتاريخ 5 يوليو 2012).

ورغم ظهور بعض الفضائيات اليمنية الخاصة إلا أنها كانت تبث من خارج اليمن كقناة السعيدة التي كانت تبث من القاهرة (انطلاق قناة السعيدة الفضائية من القاهرة، 2007، ص36) وغيرها.

مظاهر التحولات الجذرية في اليمن

تتمثل مظاهر التحولات الجذرية للمشهد السمعي البصري في اليمن فيما يلي:

أولا- الإطار التشريعي :

يناقش البرلمان اليمني حاليا مسود ة قانون الإعلام المرئي والمسموع والذي قدمته منظمة برلمانيون يمنيون ضد الفساد ?يمن باك - (الدقيمي، 2012، ص9) وذلك بعد اتفاق بين نقابة الصحفيين اليمنية ووزارة الإعلام اليمنية على سحب مناقشة قانون المرئي والمسموع والذي تقدمت به الحكومة السابقة عام 2010 م أي قبل الثورة (اتفاق بين وزارة الإعلام ونقابة الصحفيين على سحب قانون الإعلام المقدم من الوزارة، http://alahale.net/article/3063، 16 مايو 2012)، وتقوم وزارة الاتصالات اليمنية بمنح تراخيص الموجات الراديوية استرجع بتاريخ 4 مارس2012 المهام والاختصاصاتhttp://www.yemen.gov.ye/portal/mtit/ tabid/188/ Default.aspx) مهام وزارة الاتصالات وتقنية اليمنية.

ثانيا - أنماط الملكية

1. ملكية الدولة

وتتمثل في الإذاعات (الإعلام المسموع، http://www.yemenrtv.net/Detail.aspx?artid=18، د.ت،استرجعت بتاريخ 2 ديسمبر 2012) والقنوات التلفزيونية الفضائية التي تتبع المؤسسة العامة اليمنية للإذاعة والتلفزيون (الإعلام المرئي، http://www.yemenrtv.net/Detail.aspx?artid=19، د.ت،).

2. الملكية الخاصة

أسهمت ثورة اليمن التي اندلعت في 11فبراير 2011 م (المجموعة الدولية لإدارة الأزمات، http://www.crisisgroup.org/~/media/Files/Middle%20East%20North%20Africa/Iran%20Gulf/Yemen/.pdf، 10مارس 2011، ص4) في تحرير القطاع السمعي البصري في اليمن وظهور الملكية الخاصة للوسائل السمعية البصرية اليمنية ، حيث سمحت وزارة الإعلام اليمنية بمنح تراخيص لإنشاء إذاعات(الإذاعات المحلية انتشار بلا مضمون، http://marebpress.net/news_details.php?lng=arabic&sid=51301، 21 يناير 2013) وقنوات فضائية خاصة (الذبحاني، http://www.marebpress.net/news_details.php?lng=arabic&sid=50718، 6 يناير 2013)

ثالثا- أداء الوسائل السمعية البصرية

- تعكس القنوات الفضائية الاتجاهات الحزبية و والسياسية الطائفية المكونة للمجتمع اليمني(الرحبي http://www.aawsat.com//details.asp?section=37&issueno=12294&article=688036&feature=1، 26 يوليو 2012)
- ارتفاع سقف الحرية في القنوات الفضائية الخاصة (عبد الناصر،2013، ص12).
- ضعف الأداء المهني للقنوات الفضائية اليمنية سواء كانت تتبع القطاع الخاص أم العام (سالم،2013، ص20).
- تعاني المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية التي تتبع القطاع العام حالة

من الضعف المؤسساتي والتمويلي الأمر الذي انعكس في الوقفات الاحتجاجية و الاعتصامات التي تشهدها المؤسسات السمعية البصرية احتجاجا على سوء الأوضاع المالية والإدارية في هذه المؤسسات (المسلمي، http://marebpress.r dfan-press.com/news_details.php?sid=50531&lng=arabi، 1 يناير 2013).

السمات العامة للتحولات الجذرية في المشهد السمعي البصري :

1. إلغاء الهيئات التي تحتكر البث الإذاعي والتلفزيوني كما هو الحال في ليبيا أو تعطيل القوانين التي تحتكر البث الإذاعي والتلفزيوني كما هو الحال في اليمن إضافة إلى فتح باب تراخيص لمنح الطيف الترددي وفق شروط تضعها وزارتا الاتصالات في كلا البلدين.
2. اقتصار هذه القوانين والتشريعات الإعلامية ?التي تم إصدارها – على العموميات وعدم خوضها في التفاصيل كالنواحي التنظيمية لعمل هذه الوسائل من حيث وضعية السياسة التحريرية فيها ومحددات عمل كل من الإعلاميين والموظفين بشكل يضمن عدم تداخل الصلاحيات التحريرية والإدارية .
3. السماح بحرية البث الإذاعي والتلفزيوني وهو ما انعكس في إطلاق وسائل سمعية بصرية خاصة تعكس التنوع السياسي والديني والقبلي في اليمن و المناطقي في ليبيا.
4. عدم صدور تشريعات تواكب عمل الوسائل السمعية البصرية الخاصة تنظم العمل فيها رغم الطفرة العددية التي شهدها هذا القطاع.

وتعزو الباحثة التأخر في إصدار هذه القوانين إلى عدم وجود بيئة اتصالية سابقة أو بنية تشريعية في هذين البلدين يمكن البناء عليها أو التعديل بها هذا فضلا عن طبيعة المرحلة الانتقالية التي يمران بها.

5. تصاعد سيطرة القطاع الخاص على ملكية الوسائل الاتصالية السمعية البصرية مقابل تراجع السيطرة الحكومية على ملكية هذه الوسائل.
6. التسارع في إطلاق القنوات الفضائية لا يتم بالوتيرة نفسها بالنسبة لإطلاق محطات الإذاعة المسموعة.

7. تتباين المؤشرات الكمية للوسائل السمعية البصرية بين كل من اليمن وليبيا نتيجة للتباين في الإمكانيات المادية والتقنية التي يتمتع بها كل من هذين البلدين.

8. هيمنة البرامج الحوارية والتي تناقش الأحداث السياسية على برامج القنوات الفضائية في كلٍ من ليبيا واليمن و هو ما يشير إلى غلبة المضمون السياسي على المضامين الأخرى و تفوق الشكل الحواري للبرامج التلفزيونية على ما عداه من الأشكال البرامجية (ملاحظة شخصية، 2012-2013) ويمكن تفسير ذلك بطبيعة الظروف السياسية التي يعيشها البلدان.

9. غياب الإحصائيات الرسمية أو حتى تلك التي تصدرها مؤسسات المجتمع المدني عن واقع الوسائل السمعية البصرية إضافة إلى غياب المراصد التي تقيم أداء تلك الوسائل في كلا البلدين.

وترى الباحثة أن التحولات الجذرية في المشهد السمعي البصري في كل من ليبيا واليمن جعلت الوسائل السمعية البصرية تعبر بصورة أفضل من ذي قبل عن مكونات هذه المجتمعات وذلك رغم الانتقادات الموجهة لهذه الوسائل من ابتعادها عن المهنية والحرفية في أدائها والذي يرجع حسب الباحثة إلى حداثة تجربة الوسائل السمعية البصرية الخاصة وطبيعة الظروف السياسية المعقدة التي يمر بهما هذان البلدان.

المبحث الثالث

مظاهر وسمات التحولات شبه الجذرية

أ - تونس

البيئة الاتصالية السابقة

تعد مؤسستا الإذاعة و التلفزة التونسيتان هما الإطار المنظم لعمل الوسائل السمعية البصرية التونسية الرسمية وذلك بعد تقسيم مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية بموجب القانون رقم 33 الصادر في 2007) الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2007، أ، ص1932)، وقد اتسم الخط التحريري للوسائل السمعية البصرية الرسمية التابعة للدولة بالدعاية السياسية للرئيس والحكومة (باكلي - الشعابي - وردة، 2012، ص32).

ورغم فتح المجال أمام القطاع الخاص لامتلاك محطات إذاعية وقنوات تلفزيونية خاصة في عام 2003 م إلا أن منح التراخيص لهذه الوسائل ظل محصورا بأشخاص من عائلة الرئيس بن علي و مقربين منه ومحظورا على الشخصيات المستقلة والمعارضة (بن بريك، www.aljazeera.net/news/pages/9a569b86-9f84-438b-be12-79790bb51b60، 15ايلول 2010).

مظاهر التحولات شبه الجذرية في تونس

أولا - الإطار التشريعي

لا تزال مؤسسة التلفزة التونسية تعمل وفقا للقانون رقم 33 والصادر عام 2007 م رغم أن المشهد السمعي البصري في تونس شهد سن العديد من التشريعات المتعلقة بتنظيم وسائل الاتصال السمعية البصرية حيث أقر المشرع التونسي في مارس 2011 المرسوم رقم 10 والذي ينص على إنشاء الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال) الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2011، أ، ص225)، كما تم سن المرسوم رقم 116 المتعلق بحرية الاتصال السمعي البصري واستحداث الهيئة العليا للاتصال السمعي و البصري وهي تعنى بضمان حرية الاتصال السمعي و البصري وتعدديته) الرائد الرسمي للجمهورية التونسية،

2011، ب، ص2568)، ورغم إعلان رئيس الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال عن حل هذه الهيئة (خليفة، http://www.aawsat.com/ details.asp?section=37&article=686998&issueno=12287، 19 يوليو 2012)

فقد تم تسمية أعضاء الهيئة العليا للاتصال السمعي و البصري بموجب القرار الجمهوري رقم 156 لسنة 2013 م (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية2013، ج، ص20100).

ثانيا – أنماط الملكية :

1. **ملكية الدولة** : وتتمثل في المحطات الإذاعية التابعة لمؤسسة الإذاعة التونسية إضافة إلى إذاعتي الزيتونة وشمس اف ام المملوكتين لأفراد عائلة الرئيس السابق بن على والتي تم ضمها إلى ممتلكات الدولة (الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال، 2012، ص115).

2. **الملكية الخاصة** : وتمثل التحول الأكثر بروزا حيث تم توسيع نطاق الملكية الخاصة لوسائل الاتصال السمعية البصرية حيث شهد القطاع الخاص طفرة عددية كبيرة بعد ثورة 14 يناير 2011 م وذلك بعد تحرره من القيود السابقة لمنح التراخيص للمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية .

ثالثا – أداء الوسائل السمعية البصرية

يمكن إيجاز أهم مؤشرات أداء الوسائل السمعية البصرية التونسية في النقاط التالية:

– **من حيث الشكل** : تحتل البرامج الحوارية التي تناقش الموضوعات السياسية وبرامج الدمى السياسية – أو ما يطلق عليها برامج اللوجيك السياسي تحتل أوقات الذروة في خريطة بث البرامج لعينة من القنوات الفضائية التونسية والتي شملت قنوات الوطنية الأولى، نسمة، حنبعل، التونسية (ملاحظة شخصية 2012، 2013).

– **من حيث المضمون** : تغير الخط التحريري للوسائل السمعية البصرية المملوكة للدولة والتي يطلق عليها في تونس لفظ العمومية من خط يساند السلطة في كل قراراتها إلى خط تحريري معارض لها وحتى إن جاءت عن طريق الانتخابات (مركز

الجزيرة للدراسات، http://studies.aljazeera.net/ResourceGallery/media/Documents/2012/5/6/201256142019519734Tunisia-the%20battle%20of%20political%20media%20tools.pdf، 6 مايو 2012)

- أما المحطات الإذاعية المملوكة للقطاع الخاص أصبحت أكثر جرأة في تناول مختلف الموضوعات كما قامت بالانفتاح على التيارات والأحزاب السياسية في المجتمع التونسي (السعيداني، http://www.aawsat.com/details.asp? article=660593، 26 يناير 2012)

- رغم التفاوت بين تغطية وسائل الإعلام السمعية البصرية الحكومية والخاصة لانتخابات المجلس التأسيسي- والتي جرت في أكتوبر 2011- إلا أن هذه التغطية شكلت مجالا للتنافس بين وسائل الإعلام السمعية البصرية الحكومية والخاصة (الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، تقارير وحدة مراقبة وسائل الإعلام، http://www.isie.tn/Ar/image.php?id=759، 23 اكتوبر 2011، ص4)

- تنوع القنوات التلفزيونية ما بين جامعة ومتخصصة ولعل المجال الرياضي والديني هو الأكثر حضورا في القنوات المستحدثة(تونس :39 قناة تلفزيونية جديدة، http://www.asbu.net/article.php?artid=732&lang=ar، د.ت)

- ظهور القنوات الحزبية الخاصة والتي تتبع رجال أعمال- لديهم توجهات سياسية معينة - أو سياسيين ينوون الترشح للانتخابات الرئاسية، وقد بلغ عدد هذه القنوات 6 قنوات تلفزيونية (الحناشي، http://www.assabah.com.tn/recherche_details-95961.html، 13 اكتوبر 2013).

- الاتجاه إلى الابتعاد عن المركز والتوجه إلى الأطراف فيما يتعلق بجغرافية مراكز بث القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية حيث تم إطلاق قناة القلم الفضائية من مدينة صفاقس (الجربوعي، http://www.arabstoday.net/2009-08-14-14-22-15/2013/01/14/383450.html، 14 يناير 2013)

- البدء في وضع مبادئ التنظيم الذاتي لبعض الوسائل السمعية البصرية حيث قامت القناة الوطنية وإذاعة موزاييك بوضع ميثاق تحريري خاص لكل منهما يحدد السياسة التحريرية في هاتين الوسيلتين (السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة

التونسية، http://www.watania1.tn/upload/pdf/pdf12.pdf د. ت). (بن أحمد، http://www.alchourouk.com/27189/674/1، 19نوفمبر 2013).

- رغم الاتهامات و الانتقادات التي توجه إلى البرامج التي تبثها الوسائل السمعية البصرية في تونس والتي تأخذ طابعا مهنيا حينا وسياسيا حينا آخر(صدقي، 2012، ص17) إلا أن هذه الوسائل استطاعت أن تكتسب شعبية في الشارع التونسي على حساب القنوات الفضائية الرئيسية في المنطقة العربية حيث كشفت العديد من استطلاعات الآراء حول مشاهدة القنوات التلفزيونية والتي تم أجراؤها في فترات زمنية متفاوتة بعد الثورة تصدُّر القنوات التلفزيونية التونسية نسب المشاهدة في تونس (زنطور، http://www.lemaghreb.tn/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9/2-%D8، 9 ديسمبر 2013)

ب- مصر

البيئة الاتصالية السابقة

يتولى اتحاد الإذاعة والتلفزيون المملوك للدولة الإشراف على شؤون الإذاعة المسموعة والمرئية بموجب القانون رقم 13 الصادر سنة 1979م (الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، ص17). وفي منتصف التسعينيات من القرن الماضي سنّ المشرع المصري مجموعة من القوانين تنظم عمل الوسائل السمعية البصرية الخاصة بشكل مقنن (مؤسسة حرية الفكر والتعبير د.ت، ص22).

مظاهر التحولات شبه الجذرية في مصر

أولا - الإطار التشريعي

رغم مرور ما يقرب من ثلاث سنوات على حدوث التغيير في مصر فإن القوانين المنظمة لعمل الوسائل السمعية البصرية سواء كانت حكومية أم خاصة والموروثة من عصر الرئيس السابق مبارك هي القوانين المعمول بها لغاية الآن، إلا أن هيئة الاستثمار بعد ثورة 25 يناير قامت بإصدار تيسيرات جديدة لتأسيس قنوات فضائية من أبرزها إلغاء قصر التراخيص للقنوات الفضائية للعمل كقنوات متخصصة إضافة إلى إلغاء الاستعلام الأمني مما حقق طفرة في عدد القنوات

الفضائية بعد ثورة 25 يناير 2011 (مدكور، http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=620226&issueno=11846، 5 مايو 2011) إلا أنه تم إيقاف منح رخص جديدة لإنشاء قنوات فضائية منذ سبتمبر2011 (الجالي، http://www.youm7.com/News.asp?NewsID=488243، 7 سبتمبر2011).

أما التطور الأبرز فيتمثل في الدستور المصري الجديد الذي سيجرى الاستفتاء عليه في يناير 2014 حيث أكدت المواد -70-71-72 على أن حرية الصحافة المرئية، والإلكترونية، والمسموعة، مكفولة، وحق المصريين في إنشاء وسائل إعلام مرئية و مسموعة بمجرد الإخطار إضافة إلى استقلالية وسائل الإعلام المملوكة للدولة وعدم مصادرة الوسائل الإعلامية إضافة إلى عدم فرض الرقابة عليها (مشروع الدستور: الوثيقة الدستورية الجديدة، http://egelections-2011.appspot. com/Dostour/Dostour_update2013.pdf، استرجعت بتاريخ 31ديسمبر 2013، ص22).

ثانيا – أنماط الملكية

1. ملكية الدولة : لم يطرأ أي تغير على ملكية اتحاد الإذاعة والتلفزيون في مصر لجميع القنوات التلفزيونية والإذاعية و التي تبث أرضيا باستثناء إذاعتين مسموعتين (مندل، عبد العزيز، ،علام، ، عبد الفتاح، ومحمود، ،2013، ص13).

2. الملكية الخاصة : يتمثل التحول شبه الجذري في توسيع الملكية الخاصة للوسائل السمعية البصرية والذي كان محصورا برجال الأعمال المقربين من عائلة الرئيس السابق، حيث شهد الإعلام المصري طفرة كبيرة في عدد القنوات الفضائية الخاصة التي تم إطلاقها بعد سقوط نظام مبارك (حسنين، http://www.aawsat.com/details.asp?section= 37&article=632140&issueno=11923، 21 يوليو 2012).

ثالثا – أداء الوسائل السمعية البصرية

اتسم أداء الوسائل السمعية البصرية الحكومية بالارتباك وعدم الاستقرار وذلك بسبب ضخامة المشاكل الموروثة من العهد السابق والمتمثلة في المشاكل البيروقراطية وضعف الهياكل التنظيمية والتمويلية وعدم وضوح الأهداف والرؤى للكوادر العامة والمهنية في هذا القطاع، ص3) 2012 ديسمبر6، استرجع بتاريخ، http://www.afaegypt.org/index.php?option=com_k2&view=item&id=113: رؤى حول كيفية تنظيم الإعلام الخاص المرئي والمسموع في مصر ما بعد الثورة&Itemid=292 ماهر، أما الوسائل التي تتبع، القطاع الخاص فقد تميز أداؤها بما يلي:-

أ. **من حيث الشكل**

- **البرامج الساخرة :**

برزت في الإعلام المصري ظاهرة جديدة وهي البرامج الساخرة التي تتناول القضايا السياسية بشكل ساخر وهي تقدم بشكل مختلف عن تونس حيث تعتمد هذه البرامج أسلوب الـ (UP COMEDY STAND محمد، 2012، ص20)

- تزايد دور البرامج الحوارية أو ما يعرف ببرامج التوك شو:

رغم أن الفضائيات المصرية الخاصة تميزت بوجود البرامج الحوارية السياسية قبل الثورة إلا أن هذه البرامج شهدت زيادة غير مسبوقة حيث بلغ عدد هذه البرامج 13 برنامجا وعدد ساعات بثها تعدى 28 ساعة في اليوم (هؤلاء هم نجوم الـ»توك شو« في مصر، http://assafir.com/article/297641، 3 يناير2013)، كما قامت هذه البرامج باستضافة شخصيات كانت ممنوعة في السابق من الظهور على شاشات الفضائيات(رضوان، 2012، ص20).

ب. **من حيث المضمون :**

تميز مضمون أداء الوسائل السمعية البصرية بما يلي :

1. توسيع هامش الحرية وبتخطي العديد من الخطوط الحمراء التي كانت موجودة قبلا (كارليكار، كارين ودونهام كارليكار، http:// www.freedomhouse.org/sites/default/files/Overview%20Essay%20-%20 Arabic%20Version_0.pdf , 2012)

2. تعد برامج التوك شو المؤشر الرئيسي الذي يعبر عن توجهات القناة السياسية (عجم http://www.aawsat.com/details.asp?section=37، 29 سبتمبر 2011)حيث تحولت هذه البرامج إلى أداة هامة من أدوات الاستقطاب السياسي وذلك من خلال تغطيتها للعديد من المنعطفات السياسية التي مرت بها البلاد (حسنين، مرجع سبق ذكره)

3. بروز الإعلام الانتخابي حيث قامت الفضائيات المصرية بتغطية متميزة للانتخابات الرئاسية2012 م والبرلمانية 2011م وقد عكست تغطية القنوات الفضائية الخاصة للانتخابات البرلمانية التوجهات السياسية الخاصة بتلك القنوات (مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2012، ص186).

وبالرغم من الافتقار في معايير جودة الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الخاصة (مندل، طوبي،عبد العزيز، ياسر علام، رشا، عبد الفتاح، فاطمة و محمود، هاني،مرجع سبق ذكره، ص59) فإن هذه القنوات جاءت في المراتب السبعة الأولى كأكثر القنوات التلفزيونية مشاهدة في مصر في عامي: 2012 م،2013 (نادي دبي للصحافة، http://www.arabmediaforum.ae/userfiles/ArabicAMO.pdf 2012، ص45) و(فتحي، http://www.assafir.com/Article/1/335097، 2014).

4. تعزيز دور القضاء من خلال احترام السلطة دور القضاء كفيصل في الدعاوي القضائية التي رفعت ضد العديد من الفضائيات بسبب بعض البرامج التي تقوم ببثها (ياسين،2012، ص22).

السمات العامة للتحولات شبه الجذرية في المشهد السمعي البصري

1. عدم التحديث الكامل للتشريعات المنظمة لعمل الوسائل السمعية البصرية إذ تقتصر التشريعات الجديدة على العموميات. فيما لا تزال التشريعات القديمة هي المنظمة للأمور الإجرائية والتفصيلية لعمل هذه الوسائل.
2. ظهور فاعلين جدد في ملكية الوسائل السمعية البصرية ما ترتب عنه:
   - حصول طفرة كبيرة في عدد ونوع الوسائل السمعية البصرية.
   - هيمنة ملكية رجال الأعمال على القنوات الفضائية والذين غالبا ما تكون لهم توجهات سياسية معينة.
   - وجود فاعلين مهنيين جدد في مختلف فنون العمل الإعلامي.
   - يتميز المشهد السمعي البصري بوجود حالة من النمو اللامتوازن و وفقا للمعطيات السابقة يُلاحظ ارتفاع وتيرة إطلاق القنوات الفضائية مقارنة بالمحطات الإذاعية.
3. تنوع محتوى الوسائل السمعية البصرية شكلا ومضمونا حيث تميز الأداء الإعلامي ببروز البرامج الساخرة وبرامج التوك شو هذا من ناحية الشكل أما من ناحية المضمون فقد تمتع الخط التحريري للوسائل السمعية والبصرية بهامش حرية أكبر من السابق وإنْ كان هذا الهامش يتسع أحيانا ويضيق أحيانا أخرى وذلك وفقا لطبيعة المرحلة الانتقالية التي تشهد التحولات شبه الجذرية.

4. يعكس أداء الوسائل السمعية البصرية إلى حد كبير الجدل السياسي المتصاعد حول طبيعة المرحلة الانتقالية في تونس ومصر، وتعد البرامج الحوارية والساخرة التي تعرض عبر القنوات الفضائية أداة هامة في الاستقطاب السياسي بين مختلف التيارات السياسية والحزبية حول القضايا السياسية الخلافية. وهو يؤشر في نفس الوقت - حسب رأي الباحثة إلى بروز صحافة الرأي السمعية البصرية.

5. يفتقر أداء الوسائل السمعية البصرية إلى التنوع الإعلامي والتمثيل الصحيح للشرائح المختلفة والمكونة للمجتمع.

6. بروز وتصاعد الإعلام المحلي على حساب الإعلام الإقليمي العابر للحدود ويتمثل ذلك في ارتفاع نسب المشاهدة للقنوات الفضائية المحلية والإذاعات المحلية على حساب وسائل الإعلام الإقليمية.

7. تفعيل دور القضاء كأداة للفصل في قضايا لجوء الحكومات والوسائل الاتصالية على حد سواء إلى القضاء كأداة للفصل في قضايا السب والقذف والقضايا المتعلقة بإغلاق أو وقف بث القنوات الفضائية التي ترفعها الحكومات أو بعض أفراد المجتمع بعد أن كان هذا الدور مغيبا في السابق.

المبحث الرابع

مظاهر وسمات التحولات الجزئية

مظاهر التحولات الجزئية في المشهد السمعي البصري

أولا - الإطار التشريعي

شهدت الدول العربية حركة نشطة فيما يتعلق بالإطار التشريعي المنظم للوسائل السمعية البصرية وتضمن هذا الإطار ما يلي :-

أ - إصدار قوانين

قامت كل من المغرب (الجريدة الرسمية المغربية، 2012، ص5495-5555) والجزائر (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2012، ص27) السعودية (الصالح، 2012) والإمارات العربية المتحدة. (المجلس الوطني للإعلام ?دولة الإمارات العربية المتحدة، .http://www.nmc.gov.ae/Pages/Display Documents aspx?docUrl=http://nmc.gov.ae/MediaLawsAndRegulation/15.pdf، استرجع بتاريخ 4 مايو 2012). والبحرين (الجريدة الرسمية البحرينية، ص34، -35) بسن قوانين تنظم عمل الوسائل السمعية البصرية الحكومية والخاصة.

ب - تعديل قوانين

أصدر الأردن تعديلا على نظام البث بموجبه تم إلغاء الرسوم الإضافية المفروضة على الإذاعات التي تقوم ببث البرامج السياسية والإخبارية إضافة إلى تخفيض رسوم الإذاعات التي تبث على موجة الإفْ إم من خمسة آلاف دينار إلى ثلاثة آلاف دينار (الجريدة الرسمية الأردنية، 2012، ص 4280).

ج - تفعيل قوانين

قامت موريتانيا بتفعيل القانون رقم 2010 - 045 الصادر في 26 يوليو 2010 حيث- صدر قرار يقضى بتحويل مؤسستي الإذاعة والتلفزيون الرسميتين إلى شركات مساهمة تملك الدولة معظم رأسمالهما كما تم منح التراخيص لأربع محطات تلفزيونية وخمس إذاعات مسموعة في موريتانيا (السلطة العليا للصحافة

والسمعيات والبصرية http://www.hapa.mr/files/001-2012%20-%20Presse.pdf، يونيو 2012، ص3).

ثانيا - أنماط الملكية :

يوجد نمطان للملكية في الدول التي شهدت تحولات جزئية وهما :

1. ملكية الدولة : لم يشهد نمط ملكية الدولة لوسائل الاتصال السمعية البصرية أي تغيير وهو النمط السائد في معظم البلدان العربية قبل ثورات الربيع العربي.

2. الملكية الخاصة : شهد هذا النمط زيادة في عدد الدول التي تسمح للقطاع الخاص بامتلاك الوسائل السمعية البصرية وإدارتها ولكن تحت الإشراف الغير مباشر للدولة.

البث الأرضي والفضائي للقنوات التلفزيونية :

يبلغ عدد القنوات التلفزيونية الأرضية 121 قناة في ثماني عشرة دولة عربية، 59٪ منهم في فلسطين والعراق ومصر. ويمتلك القطاع الخاص في فلسطين والعراق غالبية المحطات الأرضية (فلسطين و العراق و مصر الأكثر امتلاكا للمحطات التلفزيونية الأرضية، http://www.arabadvisors.com/arabic/Pressers/presser-020113.htm، 2 يناير2013).

أما البث الفضائي فهو القطاع الأكثر نموا فقد بينت دراسة لمجموعة المرشدين العرب أن عدد القنوات التلفزيونية الفضائية المجانية في العالم العربي ازداد بنسبة 19.3 ٪ ما بين أبريل 2011 م ومارس 2201 م (قنوات التلفزيون الفضائية المجانية في العالم العربي تنمو بنسبة 19٪ في2011، http://www.arabadvisors.com/arabic/Pressers/presser-150512.htm-0، 15 مايو 2012)

الإذاعات المسموعة :

بلغ عدد محطات الإذاعة ال FM المحلية الحكومية التي تبث في 18 دولة عربية إلى 246 محطة بحلول أغسطس 2011 م، فيما وصل عدد المحطات الإذاعية الخاصة إلى220. وقد بلغ عدد المحطات الإذاعية الإقليمية في المنطقة العربية 7 محطات تبث على موجات راديو FM (عراق وفلسطين تتصدران الدول العربية من

ناحية عدد محطات الإذاعة المحلية الخاصة، http://www.arabadvisors.com/arabic/ Pressers/presser-041213.htm، 4 ديسمبر، 2013).

وترى الباحثة أن المعطيات الكمية السابقة تشير إلى تغير جزئي في نمط ملكية وسائل الإعلام السمعية البصرية في العالم العربي إذ يتجه إلى تبنى الملكية الخاصة المنضبطة للوسائل السمعية البصرية.

ثالثا – أداء الوسائل السمعية البصرية:

عند تقييمنا لأداء الوسائل السمعية البصرية رأت الباحثة تقسيمها إلى قسمين :

القسم الأول – أداء الوسائل السمعية البصرية الحكومية:

2. لا يزال الأداء النوعي للقنوات التلفزيونية العربية الرسمية محكوما بضوابط الجهات التمويلية لهذه الوسائل والتي غالبا ما ترتبط بأجندة سياسية تنعكس على الخطاب الإعلامي لهذه الوسائل.

3. تفتقد البرامج التي تبثها التلفزيونات العربية الحكومية الأرضية والفضائية على حد سواء إلى القيمة الفنية أو الترفيهية أو التنموية. وهو ما يجد صداه في تدني نسب المشاهدة لهذه القنوات حيث يشير تقرير نظرة على الإعلام العربي 2011-2015 إلى أن شبكات القنوات التلفزيونية الخاصة هي المسيطرة على نسب المشاهدة في معظم المنطقة العربية (نادي دبي للصحافة، مرجع سبق ذكره، ص45).

القسم الثاني – أداء الوسائل السمعية البصرية الخاصة :

نظرا لهيمنة القطاع الخاص على قطاع البث الفضائي في العالم العربي فقد رأت الباحثة أن تعرض بشيء من التفصيل لأداء القنوات الفضائية العامة والمتخصصة.

1. أداء القنوات الفضائية العامة :

تهيمن برامج المنوعات وتلفزيون الواقع على برامج القنوات الفضائية المجانية حيث بلغ عدد ها خلال عام2012 م 16 برنامجا تقوم ببثها 10 قنوات فضائية مجانية وقد حققت نجاحا في جذب المشاهدين وذلك من خلال تشجيعها لتفاعل المشاهدين مع هذه البرامج من خلال مشاركته في التصويت والتواصل بين المشتركين. (برامج تلفزيون الواقع تتابع نجاحها على القنوات الفضائية العربية، http:// www.arabadvisors.com/arabic/Pressers/presser-010513.htm، 1 مايو 2013)

2. أداء القنوات الفضائية المتخصصة :

يمكن إيجاز أبرز ملامح مشهد القنوات الفضائية المتخصصة فيما يلي :

- **تزايد أهمية المحطات الإخبارية** : حظيت القنوات الإخبارية بزيادة كبيرة في أعداد المشاهدين لهذه القنوات حيث أشار تقرير نظرة على الإعلام العربي 2011-2015 إلى أن 73٪ من شملهم البحث في كل من مصر والمغرب والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة قاموا بمتابعة قنوات إخبارية معينة في عام 2011 م بغية متابعة أخبار الثورات (نادي دبي للصحافة، مرجع سبق ذكره، ص225).

- **الزيادة العددية والنوعية في القنوات الدينية** : شهدت القنوات الدينية طفرة نوعية في عدد هذه القنوات من 48 قناة دينية في عام 2010 م إلى 104 قنوات بنهاية شهر مايو 2012 م (السنوسي، 2012، ص11-12).

السمات العامة للتحولات الجزئية في المشهد السمعي البصري

- وجود تطور في الإطار التشريعي الذي ينظم عمل وسائل الاتصال المرئية والمسموعة وهو متقدم على واقع عمل هذه الوسائل.
- التطور الكمي للوسائل السمعية البصرية لم ينعكس تطورا نوعيا في أداء هذه الوسائل بنفس الدرجة.
- تصاعد هيمنة ملكية القطاع الخاص للمؤسسات السمعية البصرية في مقابل تراجع السيطرة الحكومية لهذه الوسائل وهو ما يعنى انقلابا في مشهد ملكية هذه الوسائل الذي كان سائدا في ستينيات وسبعينيات وثمانينات القرن الماضي.
- النمو المتزايد في البث التلفزيوني على حساب البث الإذاعي باستثناء فلسطين التي تشهد تفوقا للإذاعات المسموعة على القنوات التلفزيونية.

التوسع المتزايد في البث التلفزيوني الفضائي مقابل الجمود في البث التلفزيوني الأرضي وربما يعود السبب في ذلك إلى التعقيدات القانونية والتقنية الخاصة بالبث الأرضي للتلفزيون مقارنة بالبث الفضائي.

المبحث الخامس

النتائج والتوصيات

النتائج

يمكن توصيف المشهد السمعي البصري في المنطقة العربية بشكل عام بأنه مشهد متحرك ديناميكي وينطبق هذا التوصيف على جميع نماذج أنواع تحولات هذا المشهد (الجذرية وشبه الجذرية والجزئية) وذلك بفعل حالة السيولة السياسية والانتقال الديمقراطي التي تمر بها الدول العربية ويشير ذلك إلى تغير في طبيعة ذلك المشهد الذي كان يتسم بالثبات النسبي في سبعينات وثمانينات القرن الماضي.

يمكن إيجاز أهم مظاهر وسمات التحول الجذري للمشهد السمعي البصري في ما يلي :

أ - **المظاهر** : بروز بيئة اتصالية جديدة مختلفة تماما عما قبلها - ويشمل ذلك استحداث قوانين جديدة تلغي أو تعطل العمل بالقوانين التي كانت تحتكر عمل الوسائل السمعية البصرية - وظهور أنماط جديدة لملكية تلك الوسائل إضافة إلى أداء مهني لتلك الوسائل يختلف تماما عما سبقه. و يدخل كل من نموذجي ليبيا واليمن في هذا التنصيف.

ب - **السمات** : السمة الرئيسية لهذا التحول يمكن تلخيصها بالانتقال من احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني إلى الحرية في البث الإذاعي والتلفزيوني وهو مما نجم عنه وجود فجوة بين واقع وسائل الإعلام والتشريعات المرتبطة بتنظيمها وإدارتها.

1. من المظاهر والسمات البارزة للتحول شبه الجذري :

أ - المظاهر

بروز بيئة اتصالية جديدة تعمل إلى جانب البيئة الاتصالية السابقة - استحداث قوانين جديدة تتسم بالعمومية تنظم عمل تلك الوسائل إضافة إلى استمرار العمل ببعض القوانين السابقة التي لم تواكب آلية عمل تلك الوسائل - توسيع الملكية الخاصة للوسائل السمعية البصرية بحيث أصبحت تضم فاعلين جدد لم يكونوا موجودين من قبل- ارتفاع سقف الحرية في الأداء الإعلامي لتلك الوسائل شكلا ومضمونا. و يدخل كل من نموذجي مصر وتونس في هذا التصنيف.

ب - السمات : السمة البارزة للتحول شبه الجذري هي التحول في دور الإعلام - العام والخاص - من داعم وناطق بلسان السلطة القائمة إلى أداة في الاستقطاب السياسي الدائر في المجتمع.

2. تتمثل مظاهر وسمات التحولات الجزئية في :

أ - المظاهر : تصاعد نفوذ القطاع الخاص في ملكية الوسائل السمعية البصرية الفضائية مقابل تراجع القطاع العام - هيمنة البث الفضائي على حساب البث الأرضي - تفوق أداء الوسائل السمعية البصرية الخاصة على نظيرتها التي تتبع القطاع العام.

ب - السمات : السمة الهامة لهذا التحول هو الانتقال من ملكية الدولة للوسائل السمعية البصرية إلى الملكية الخاصة المنضبطة.

التوصيات

1. تسريع منظومة إصدار التشريعات التي تنظم عمل الوسائل السمعية البصرية وتطويرها بحيث تتمكن من مواكبة التطورات التقنية من جهة والسياسية من جهة أخرى.
2. توصي الباحثة بإنشاء مراصد إعلامية تعنى برصد ومتابعة ما تبثه الوسائل السمعية البصرية وإصدار تقارير أسبوعية وشهرية وسنوية حول ما تبثه هذه الوسائل وتقديم نتائج وتوصيات هذا الرصد للمهتمين والعاملين في الحقلين السياسي والإعلامي.
3. تخصيص وحدات خاصة بمراكز الأبحاث الإعلامية تعنى بإجراء بحوث تحليلية وميدانية تعنى بقياس ردة فعل المشاهدين والمستمعين حول ما تبثه تلك الوسائل ومدى تأثرهم بها.
4. تعزيز مبادئ نقد وسائل الإعلام لدى المواطنين، وعدم الاكتفاء بالتلقي السلبي لما تبثه وسائل تكنولوجيا الإعلام.
5. تعزيز الحوار بين القائمين بالاتصال في الوسائل السمعية البصرية وأفراد المجتمع حول ما تبثه هذه الوسائل.

مراجع البحث الخامس عشر

الوثائق

1. الحكومة الليبية الانتقالية ?ديوان مجلس الوزراء،القرار رقم 7 لسنة 2011 بتكليف وزارة الثقافة والمجتمع المدني لتأسيس بعض الجهات وتقرير بعض الأحكام،8 ديسمبر 2011 م
2. وزارة الثقافة والمجتمع المدني ?الحكومة الليبية الانتقالية، قرار رقم (137) لسنة 2012، 12 ابريل 2012م.

الكتب

1. المنظمة العربية لحقوق الإنسان. (2009). حقوق الإنسان في الوطن العربي : تقرير المنظمة العربية لحقوق الإنسان في الوطن العربي 2008-2009. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
2. الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال(2012) : التقرير العام. تونس
3. راسم الجمال (1991). الاتصال و الإعلام في الوطن العربي. بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية.
4. ستيف باكلي، وردة بشير، ، سوسن الشعابي2012 ، ابريل - سبتمبر. دراسة حول تطور وسائل الإعلام والاتصال بتونس باعتماد مؤشرات تطور وسائل الإعلام والاتصال حسب منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم، تونس : اليونسكو.
5. محمد سعيد.(محرر) (2006). .الإعلام العربي في عصر المعلومات . ابو ظبي : مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
6. مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي.(2006) موسوعة التشريعات الثقافية والإعلامية، (ج 2). طرابلس: مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي.
7. مركز القاهرة: لدراسات حقوق الإنسان.(2012).الاعلام والانتخابات البرلمانية في مصر : تقييم اداء وسائل الاعلام خلال الانتخابات البرلمانية 12اكتوبر 2011- 15 يناير 2012.
8. مؤسسة حرية الفكر والتعبير (د.ت). حرية الإعلام في مصر وبلدان الأخرى:دراسة قانونية مقارنة ، القاهرة، : مؤسسة حرية الفكر والتعبير.

9. ياسر عبد العزيز، طوبي مندل، رشا علام، فاطمة عبد الفتاح، وهاني محمود. (2013، يناير). تقييم كلي : تطوير قطاع الإعلام في جمهورية مصر العربية استنادا إلى مؤشرات تطوير قطاع الإعلام الخاصة بمنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم، مصر : اليونسكو.

المقالات والدراسات في الدوريات

1. إبراهيم، سعد الدين. "عوامل قيام الثورات العربية" . مجلة المستقبل العربي، مايو 2012، ص.ص 126 -136.
2. احمد رضوان، " لعبة الكراسي الموسيقية بين ضيوف البرامج الأسماء "المحظورة" للصدارة. . . و "المتصدرة" تتوارى" ، صحيفة الحياة، 9 أكتوبر2012، ص20.
3. ثريا السنوسي ، "ملامح الفضاء الاتصالي الديني العربي : دارسة مونوغرامية" ، مجلة الإذاعات العربية، 2012- (3)، ص.ص 9-29.
4. جمال عبد الناصر، " طفرة في (الكم) دون (الكيف). . فيما الجمهور مُشتت الذهن والتفضيل. . . . القنوات الفضائية اليمنية. . أشكال مُتعددة ورسائل غَائبة" ، صحيفة الجمهورية- اليمنية،6 يناير 2013، ص12.
5. روان محمد، " هل يستوعب الإعلام المصري البرامج الساخرة؟: أزمة بين عماد الدين أديب وباسم يوسف" ، صحيفة الحياة،28 نوفمبر 2012، ص20.
6. سعد ياسين، "عودة دريم جولة أولى في معركة الحريات" ، صحيفة الحياة،27 نوفمبر2012، ص22.
7. سميرة صدقي "حرية الإعلام المكسب الأهم للتونسيين بعد الثورة الحفاظ عليها محفوف بالأخطار" ، صحيفة الحياة،1 اكتوبر 2012، ص17.
8. علي سالم (2013،)، "فضائيات اليمن الجديد تحمل مأزق ثورته " ، صحيفة الحياة، 11 فبراير2012، ص20
9. غمدان الدقيمي، "جددت لجنة الثقافة والإعلام في مجلس النواب ومنظمة برلمانيون يمنيون ضد الفساد (يمن باك) فتح موضوع التشريعات الإعلامية. . من جديد. مشاريع قوانين الإعلام على طاولة النقاش" ،صحيفة الجمهورية، 25 ديسمبر2012، ص9
10. انطلاق قناة السعيدة الفضائية من القاهرة، صحيفة 26 سبتمبر، 16 أغسطس 2007، ص36.
11. "الإعلان الدستوري" . الجريدة الرسمية الليبية، 9فبراير 2012، ص.ص1-11.

12. "تسمية أعضاء الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري "، جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 11 جوان 2013، ص2100.

13. "قانون عضوي رقم 12-05 مؤرخ في 18 صفر عام 1433الموافق 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام"، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ?الأمانة العامة للحكومة، 15 يناير 2012، ص. ص21-33.

14. "قانون عدد 33 لسنة 2007مؤرخ في 4 جوان 2007 يتعلق بالمؤسسات العمومية للقطاع السمعي والبصري". (2007، 5 يونيو). جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، ص. ص1932-1933.

15. "قرار رئيس المجلس الوطني الانتقالي رقم (44) لسنة 2012 م بشأن إنشاء المجلس الأعلى للإعلام "، الجريدة الرسمية الليبية، 9 سبتمبر2012، ص. ص971-973.

16. "قرار المؤتمر الوطني العام رقم (13) لسنة 2012 م في شأن استحداث وزارة للإعلام"، الجريدة الرسمية الليبية، 10 يوليو 2013، ص. ص509-510.

17. قرار رئيس المجلس الوطني الانتقالي رقم (37) لسنة 2012 بشان إنشاء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون"، الجريدة الرسمية الليبية، 9سبتمبر2012، ص. ص983-985.

18. "قرار مجلس الوزراء رقم (31) لسنة2012 ميلادي باعتماد الهيكل التنظيمي لوزارة الاتصالات والمعلوماتية وتنظيم جهازها الإداري وتقرير بعض الأحكام "، الجريدة الرسمية الليبية، 14ابريل 2012، ص. ص54-83.

19. "قرار مجلس الوزراء رقم(33) لسنة 2013 بشأن هيئة الإذاعة والتلفزيون الليبية، الجريدة الرسمية الليبية، 18يوليو 2013، ص. ص577-582.

20. "مرسوم رقم 28 لسنة 2013 بإعادة تنظيم هيئة شؤون الإعلام "، الجريدة الرسمية البحرينية، 2 مايو 2013، ص. ص 34-35.

21. "مرسوم عدد 10مؤرخ في 2 مارس 2011 يتعلق بإحداث هيئة وطنية مستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال "، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 4 مارس 2011، ص225.

22. "مرسوم عدد 116 مؤرخ في 2 نوفمبر 2011 بتعلق بحرية الاتصال السمعي و البصري وبإحداث هيئة مستقلة للاتصال السمعي و البصري"، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 4 نوفمبر2011، ص. ص2568-2575.

22. "مرسوم2. 12. 596صادر في 25 ذي القعدة 1433(2012، 12 أكتوبر) بشان دفتر تحميلات شركة الإذاعة والتلفزة المغربية ". الجريدة الرسمية المغربية، ص. ص5495-5555

23. "نظام رقم 67 لسنة 2012 : نظام معدل لنظام رخص البث وإعادة البث الإذاعي والتلفزيوني والرسوم المستوفاة عنها"، الجريدة الرسمية الأردنية، 19 سبتمبر2012، ص. ص2480–2481

المقالات في المجلات العلمية على الانترنت

1. المنجي السعيداني. ،المشهد الإعلامي التونسي بعد الثورة... الإعلام التونسي جرأة في الخروج من بيت الطاعة "، النسخة الالكترونية صحيفة الشرق الأوسط ،26 يناير2012 http://www.aawsat.com

2. المنجي السعيداني، " تونس : خامس محاولة انتحار.. وتواصل الاحتجاجات في عدة مدن النسخة الالكترونية " ، صحيفة الشرق الأوسط – النسخة الالكترونية، 29 ديسمبر 2010، http://www.aawsat.com

3. حمدان الرحبي، . "الإعلام اليمني.. مخاض إلى أين؟!: إعلاميون وصحافيون يطالبون بتصحيح واقع الإعلام الرسمي "، النسخة الالكترونية - صحيفة الشرق الأوسط،26 يوليو 2012، http://www.aawsat.com

4. خليفة، عبد الباقي، " حرب بيانات إعلامية بين الحكومة التونسية وهيئة إصلاح الإعلام، النسخة الالكترونية- صحيفة الشرق الأوسط. 19يوليو 2012، http:// www.aawsat.com

5. خليل الحناشي. "المشهد الإعلامي اليوم: بوادر »زواج مصلحي«.. بين السلطة الرابعة وسلطة المال"، النسخة الالكترونية- صحيفة الصباح التونسية، 10أكتوبر2013، http://www.assabah.com.tn/

6. محسن بن احمد، ،"في لقاء إعلامي: إذاعة موزاييك... ميثاق تحريري وخطة موفق إذاعي"، النسخة الالكترونية – صحيفة الشروق التونسية، 19 نوفمبر2013، http://www.alchourouk.com

7. محمد حسنين، " إعلام مصر بعد الثورة... تجارة في الأمل ودغدغة لمشاعر البسطاء"،النسخة الالكترونية- صحيفة الشرق الأوسط ، 21يوليو 2012، http:// www.aawsat.com

8. محمد الجالي، "الوزراء: وقف إصدار تراخيص لقنوات جديدة وعدم التفاوض مع المتظاهرين، – النسخة الالكترونية ?صحيفة اليوم السابع ، 7سبتمبر2011، http:// www.youm7.com

9. محمد عجم، ، "برامج »التوك شو« المصرية. . إعلام النظارة السوداء"، النسخة الالكترونية – صحيفة الشرق الأوسط، 29 سبتمبر2011، http://www.aawsat.com
10. مصطفي فتحي، " إبسوس تُغضِب الفضائيّات المصريّة"، النسخة الالكترونية – صحيفة السفير، 23 يناير2014، http://www.assafir.com
11. منى مدكور، ، " إنشاء القنوات الفضائية وإصدار الصحف في مصر لن يحتاج لموافقات أمنية: هيئةالاستثمار لـ »الشرق الأوسط« الهدف توفير فرص أكبر لها بعد ثورة 25 يناير، النسخة الالكترونية صحيفة الشرق الأوسط، 5مايو2011، http://www.aawsat.com.
12. هدى الصالح، " الإعلام السعودي على أعتاب مرحلة جديدة"، النسخة الالكترونية صحيفة الشرق الأوسط، 31 مايو2012، http://www.aawsat.com
13. "هؤلاء هم نجوم الـ»توك شو« في مصر"، النسخة الالكترونية صحيفة السفير، 3 يناير2013، http://www.assafir.com

تقارير ومقالات منشورة على مواقع إنترنت

1. "اتفاق بين وزارة الإعلام ونقابة الصحفيين على سحب قانون الإعلام المقدم من الوزارة وتشكيل لجنة لإعادة النظر فيه وتقديم مسودة خلال شهر"، 16 مايو 2012 http://alahale.net
2. أزهار الجربوعي، "مجلس إدارتها يؤكد شمولية توجهها وتنوع مضامين برامجها: "القلم" أول فضائية تونسية من صفاقس في الذكرى الثانية للثورة"، 14يناير2013، http://www.arabstoday.net
3. الاتحاد الأوروبي، التقرير النهائي :انتخابات المؤتمر الوطني العام 7 يوليو 2012، 1أغسطس2012، http://europa.eu/index_en.htm
4. "الإذاعات المحلية انتشار بلا مضمون"، 21 يناير 2013، http://marebpress.net/
5. الإعلام المرئي. (د. ت).استرجع بتاريخ 2 ديسمبر 2012 من http://www.yemenrtv.net
6. الإعلام المسموع. (د. ت).استرجع بتاريخ 2 ديسمبر 2012 من http://www.yemenrtv.net
7. السلطة العليا للصحافة والسمعيات والبصرية، تحقيق عام حول المشهد الإعلامي لسنة 2012، يونيو 2013 ، http://www.hapa.mr.
8. السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة التونسية.(د.ت). استرجعت بتاريخ 11 يناير 2014 من http://www.watania1.tn

9. المؤسسات الإعلامية اليمنية. استرجعت بتاريخ 5 يوليو 2012 من http://www.yemenrtv.net

10. الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، تقارير وحدة مراقبة وسائل الإعلام : التقرير الرابع : 2011-23 أكتوبر). استرجعت بتاريخ 2 مايو 2012 http://www.isie.tn

11. ايمان مهذب، البرامج الساخرة "تزعج" الحكومة التونسية، 28 أغسطس 2012، http://www.aljazeera.net.

12. "برامج تلفزيون الواقع تتابع نجاحها على القنوات الفضائية العربية." ، 1مايو 2013، . استرجعت بتاريخ http://www.arabadvisors.com

13. تونس :39 قناة تلفزيونية جديدة. (د.ت)، استرجعت بتاريخ 2 نوفمبر 2012 من http://www.asbu.net

14. "تونس معركة سياسية بأدوات إعلامية" ، 6 مايو2012، 6مايو ، http://studies.aljazeera.net

15. خميس بن بريك، " انتقادات لمنح رخص الإذاعة بتونس" ، 15 ايلول 2010، http://www.aljazeera.net

16. "ستاند أب كوميدي : ("Stand-up comedyد.ت). استرجعت بتاريخ22 ابريل 2013 من http://ar.wikipedia.org

17. عبد الخالق عبد الله، "انعكاسات الربيع العربي على دول مجلس التعاون الخليجي" ، 16ابريل2012، http://www.dohainstitute.org

18. عراق و فلسطين تتصدران الدول العربية من ناحية عدد محطات الإذاعة المحلية الخاصة، 4 ديسمبر 2013، http://www.arabadvisors.com

19. فؤاد المسلمي، "موظفو قناة اليمن الفضائية يطالبون هادي ووزير الإعلام سرعة التدخل لإنقاذ الإعلام" ، 1 يناير 2013 . http://marebpress.rdfanpress.com

20. قرار رئيس المجلس رقم (30) لسنة 1432 ه / 2011 م بشأن تراخيص البث الإذاعي والتلفزيوني" ، استرجع بتاريخ 4 مايو 2012 http://www.nmc.gov.ae

21. "قناة ليبيا الوطنية ?الناقل الرسمي لجلسات المؤتمر الوطني" ، 25 اغسطس 2012 http://www.gnc.gov.ly

22. قنوات التلفزيون الفضائية المجانية في العالم العربي تنمو بنسبة 19٪ في2011، 15 مايو 2012، http://www.arabadvisors.com

23. كارليكار، كارين ودونهام كارليكار.(2012). حرية الصحافة في عام 2011: الانجازات والانكسارات في الشرق الأوسط، استرجعت بتاريخ 3 مايو 2012 من
http://www.freedomhouse.org

24. كوثر زنطور، "في خفايا حرب التلفزا ت"، 9 ديسمبر2013،
http://www.lemaghreb.tn

25. مافي ماهر، "تحرير الإعلام المصري"، (د.ت) استرجع بتاريخ 6 ديسمبر2012
http://www.afaegypt.org/index.php

26. مجموعة العمل الدولية لإدارة الأزمات، "الاحتجاجات الشعبية في شمال افريقيا والشرق الأوسط : اليمن بين الإصلاح والثورة"،10 مارس
2011http://www.crisisgroup.org

27. " مشروع الدستور:الوثيقة الدستورية الجديدة بعد تعديل دستور 2012 المعطل"، (د.ت) استرجع بتاريخ 30ديسمبر 2013. http://dostour.eg

28. مهام وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات.(د.ت). استرجعت بتاريخ 30 ديسمبر 2013 من http://www.yemen.gov.ye

29. ملاك الذبحاني، "الإعلام المرئي. التنافس على تقديم الأسوأ: حوالي 14 قناة فضائية رسمية وخاصة في اليمن أغلبها لا تخدم المشاهد اليمني. 6 يناير2013،
http://marebpress.rdfanpress.com

30. نصير عاروري نصير استشراف لمآلات الثورات العربية، 18 مارس 2011،
http://www.aljazeera.net/

31. نادي دبي للصحافة، نظرة على الإعلام العربي 2011-2015:الانكشاف والتحول، استرجع بتاريخ 30مايو 2012 من http://www.arabmediaforum.ae

ملخص السيرة الذاتية:

د. مي عبد الغني حاصلة على شهادة الدكتوراه من جامعة أم درمان الإسلامية في السودان، عضو هيئة تدريس بجامعة بنغازي، تتملك خبرة في الممارسة الصحفية من خلال عملها في صحيفة الشمس وبعض المواقع الالكترونية، شاركت في مؤتمر المناطق الحرة في ليبيا عام 2010 ببحث بعنوان المناطق الإعلامية الحرة : دراسة للمناطق الإعلامية الحرة في جمهورية مصر العربية ودولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة الأردنية الهاشمية.

مجال اهتمامات البحثية هو في الأساس الإعلام الدولي في بعده المرئي والمسموع وتأثير التغيرات العالمية والإقليمية على تنوع أدواره ووظائفه إضافة إلى تأثيرات وسائل الإعلام الجديد في المجتمع وعلاقة تلك الوسائل بوسائل الإعلام التقليدية.

16

البحث السادس عشر

أهمية المعلومة في إدارة الأزمات

دراسة ميدانية عن كيفية تفعيل قنوات الاتصال بين السلطات والمواطن

أثناء أزمة فيضانات غرداية 2008

أ. فطيمة بوهاني

كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3

ملخص:

تعالج هذه الدراسة موضوع أهمية المعلومة فــي إدارة أزمة فيضانات مدينة غرداية الجزائرية سنة 2008 .من أهم نتائج الدراسة، ضرورة تحرّر الإدارة الجزائرية من عقدة الاتصال النازل، والحاجة إلى مدّ جسور التواصل بالمعلومات لتفعيل العملية الاتصالية في الاتجاهين – النازل والصاعد والتخلي عن سياسة تهميش الجمهور وعدم تزويده بالمعلومات اللازمة والضرورية التي يحتاجها أثناء الأزمات. كما أوصت الدراسة بالتخلّي عن النظرة القاصرة والمقزّمة لطبيعة عمل العلاقات العامة وللعاملين بها خصوصا وأنّها أصبحت علما دقيقا وأصبحت ضرورية لكل منظمة تريد التميز والاتصال الناجح مع جماهيرها. من أهم نتائج الدراسة كذلك ضعف الرسالة المقدمة أثناء الأزمة لكونها غير مدعّمة بالحجج والأدلّة، وعدم تحويلها إلى المسئولين المعنيين بسبب البيروقراطية، وإهمال الرسالة وعدم أخذها بجديّة لعدم كفاءة المسئولين وضعق خبرتهم في إدارة الأزمات اتصاليا.

البحث السادس عشر

أهمية المعلومة في إدارة الأزمات
دراسة ميدانية عن كيفية تفعيل قنوات الاتصال
بين السلطات والمواطن أثناء أزمة فيضانات غرداية 2008

مقدمة

تحدث الأزمة بصورة مفاجئة فتتدخل بذلك في الأمور غير العادية، وتخلق فيها التوتّر والشكوك ما يستدعي التدخل السريع والتخطيط المسبّق، فكيفما كانت طبيعتها فهي في نهاية المطاف أمر غير مستحب لأنّها مربكة تخلق حالات الهلع والرعب والقلق والتوتر وعدم الثقّة في البدائل المتاحة والمطروحة أمام صانعيّ القرار وبالتالي هي مهدّدة لسمعة المنظّمة ولمصداقيتها ولمستقبلها لذا يفترض أن يكون النظام المعلوماتي بمكوناته البشرية والمادية في أيّ منظّمة قادرا على توفير وتقديم ما تحتاجه جميع المستويات الإدارية من معلومات دقيقة ومفيدة ففي الواقع ترد المنظّمة - يوميا - معلومات هي بمثابة أداة للسيطرة على تهديدات بيئتها الخارجية، بالأخصّ في هذا العصر الزاخر بمختلف أشكال وأصناف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي باتت لها أهميّة ودور كبيرين في تحسين أداء القائمين بالاتصال ومسؤوليهم وفي فاعليتهم في مواجهة الأزمات في الوقت المناسب وبالتالي في المساهمة في اتخاذ قرارات سليمة للتصدي لها ومنع حدوثها أو التقليل من حدّة أضرارها وخسائرها، بالاستفادة مما يردها من معلومات وبيانات تشرح وتفسّر الموقف السائد وأيضا المساهمة في الاستفادة من كلّ ما سبق بتفادي أزمات محتملة.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ مقترب "اتصال الأزمات Crisis Communication" بوصفه مجالا بحثيا حديثا، جاء كنتيجة فرضتها مختلف التجارب العملية لينتقل

بعدها إلى الحقول الأكاديمية بداية من ستينيات القرن الماضي، لذا جاءت هذه الدراسة لتسلّط - هي الأخرى- الضوء على هذا المجال بإبراز "أهمية المعلومة في إدارة الأزمات من خلال تفعيلها لقنوات الاتصال أثناء أزمة فيضانات غرداية 2008" مستعينة بالمنهج الوصفي التحليلي وأدواته (المقابلة والملاحظة)، وبعض الوثائق الإدارية وأرشيف كل من جريدتي المساء والشروق اليومي، حيث قُسمت الدراسة إلى ثلاثة أقسام: منهجي، نظري وتطبيقي.

تمّ عرض الإطار المنهجي للدراسة والدراسات السابقة في الفصل الأول، بينما تناول الفصل الثاني منها "لأطرّ النظرية لمصادر المعلومة وأنواعها" في ثلاثة مباحث: (مفهوم المعلومة، أنواع المعلومة، مصادر المعلومة)، في حين خصّص الفصل الثالث منها "مدخل مفاهيمي للأزمة وتصنيفاتها "للتعريف بالأزمة وأنواعها ومراحل نشوئها في ثلاثة مباحث، أما الفصل الرابع (التطبيقي) فقد تطرق إلى أهمية المعلومة في إدارة الأزمات بالتركيز على خلية الإصغاء التي تمّ إنشاؤها خلال معالجة الأزمة، وانتهت الدراسة بخاتمة شملت بصورة عامة عمل الباحثة وما توصلت إليه من نتائج، وطرحت أهم التوصيات التي حاولت من خلالها عرض أهمّ النقاط التي من شأنها إثارة موضوعات مستقبلية هادفة قابلة للبحث والدراسة.

I الإطار العام للدراسة والدراسات السابقة

I.1 الإطار العام للدراسة

I.1.1 مشكلة الدراسة

باعتبار الجزائر من الدوّل كثيرة التعرّض للكوارث والأزمات، ولأنّ منظّماتها العمومية والخاصة قد عانت لوقت مضى وفي جوانب عديدة من نقص فادح في الاهتمام بالمعلومات الواردة إليها في حالة الطوارئ والأزمات، تفطّنت إلى ضرورة الاهتمام بالمعلومة وبآليات وطرائق توصيلها من وإلى جماهيرها (خارجية/ داخلية) - بالأخصّ - بعد كلّ الذي عانته جراء تعرضها للعديد من الأزمات المتباينة في الشدّة والأثر، ولعلّ أعظمها تلك الناجمة عن الكوارث الطبيعية التي أنهكت خزينة الدولة والمواطن في أكثر من موقع، حيث أنّها وقعت في سنوات تكاد تكون

متقاربة كالأزمة الأمنية (1991) التي ما تزال آثارها قائمة إلى اليوم وأزمة "العروش« (2001) التي دامت أكثر من (04) سنوات، إلى جانب الأزمات الكثيرة التي خلّفتها الكوارث الطبيعية كزلزال عين تموشنت 28) 22/12/1999]وفاة و 25000 منكوب) [وفيضانات باب الوادي) 10/12/2001]أكثر من 900 وفاة ومفقود)[زلزال بومرداس 2278) 21/05/2003]وفاة) [إلى جانب فيضانات إقليم غرداية الصحراوي (01/ 10/ 2008) التي تسببت غزارة الأمطار فيها وقوة تدفّق سيولها في خسائر بشريّة ومادية قدّرت بـأكثر من (40) هالكا وأزيد من (700) جريحا و(5000) عائلة منكوبة، إلى جانب تضرّر (29229) مسكنا غمرته المياه وانهيار أزيد من (2370) أخرى بالكامل، وتضرّر (70٪) من شبكات الكهرباء والمياه الصالحة للشرب والصرف الصحّي وشبكة الهاتف وتهدّم العديد من المعالم التاريخية التقليدية داخل الواحات كالمساكن ذات الطابع العمراني المتميّز، كما انهارت بعض مرافق الريّ التقليدية كالسواقي والسدود والآبار التي تستعمل في تغذية الطبقات الجوفيّة من مياه الأمطار في كلّ من (بلدية (غرداية) وبلدية (العطف).

وأتى الدمار على ما يقارب (500) محلّ تجاري ومقرّات إدارية ومدارس ومكتبات وهياكل قاعدية ورياضية، إضافة إلى تضرّر بعض الجسور والطرق وعزل الأحياء بكاملها، كما تمّ تسجيل أضرار كبيرة في القطاع الفلاحي، حيث سجّل تَلَف ما يقارب (600) هكتار من الأراضي الفلاحية المعروفة في كلّ من بلديات: (لعديرة، الضّاية بن ضحوة، العطف، زلفانة ومتليلّي) تمثّلت في (19.000) نخلة وأزيد من (60.000) شجرة وردم ما يقارب (15.000) رأس ماشيّة جرفتها السيول، الأمر الذي أحدث حالات هلع واضطراب لدى سكان المنطقة ومسؤوليها.

دفعت هذه الأرقام المرتفعة في الخسائر البشريّة والماديّة بالباحثة إلى التساؤل عن أهمية المعلومة أثناء هذه الأزمة وعن كيفية تفعيلها لقنوات الاتصال بين السلطات والمواطن، في ظلّ تهميش الإدارة الجزائرية وتقزيمها لطبيعة عمل العلاقات العامة والقائمين عليها، إذ لا تزال قنوات الاتصال النازل فيها مسدودة ولا يزال إشكال إنشاء خلايا الاتصال وأجهزة أو مصالح لإدارة الأزمات على مستوى هياكل ومؤسسات الدولة قائما، بل ويظلّ التأسيس لقوانين الاتصال فيها غائبا، الأمر الذي أدى إلى طرح الإشكال الآتي:

1. كيف ساهمت المعلومة في تفعيل قنوات الاتصال بين السلطات والمواطن أثناء أزمـــة فيضانات غردايـــة 2008 ؟

2. تكمن أهميـة هذه الدراسة في كونها تحاول الكشف عن أهمية المعلومة وطبيعتها قبل وأثناء وبعد الأزمة في ظروف معيّنة في مجتمع معيّن.

3. كما أنّها تهدف إلى توطين خصوصيات مقاربتنا في السياق العام لاتصال الأزمات لأنّ هذا النوع من الاتصال، يشكل نقطة انطلاق نحو رؤى أخرى تسمح بتشكيل نسق عام تتفاعل بموجبه العناصر الأساسية للاتصال (المعلومة) في الأزمة مع العناصر المكملة، كالثقافة السائدة والمحيط الاتصالي والتكنولوجيا الحديثة والتكوين والتأطير البشري.

4. وبناءاً على ما تقدم تمّ تفكيك تساؤل الإشكالية إلى تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

- هل توجد يقظة إستراتيجية لدى السلطات قبل وقوع أزمة فيضانات غرداية 2008 ؟
- كيف كان استغلال المعلومة في معالجة أزمة فيضانات غرداية 2008 أثناء حدوثها ؟
- كيف قيّمت السلطات المحلية أهميّة ودور المعلومة في إدارة أزمة فيضانات 2008 بعد وقوعها ؟

5. فرضيات الدراسة: تأسيسا على ما تقدّم وانطلاقا من الأطرّ الموضّحة أعلاه، تمّت صياغة الفرضيات التالية:

- لا تهتم السلطات المحلية في الجزائر بالمعلومات إلا بعد وقوع الأزمة.
- تسبب إهمال المعلومات الأولية (إشارات الإنذار الأولية) في وقوع خسائر كارثية.

6. منهج الدراسة وأدواته: استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة كما هي (كما وكيفا)، بتوظيف أدواته (المقابلة والملاحظة بالمشاركة) مع العلم أنّه قد تم إلغاء الاستبانة كونها لم تجد أي استجابة من طرف المبحوثين المسؤولين بالمنطقة.

7. حدود الدراسة: تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفيّة التحليليّة التي استهدفت الباحثة من خلالها التعرف على أهميّة المعلومة في إدارة الأزمات من خلال المقابلات التي أجرتها وأيضا من خلال تقمّصها لشخصية موظفة في بلدية (بنورة) مسؤولة عن عمليّة استقبال المواطنين المتضررين وتسجيل أسمائهم وإحصاء خسائرهم، وذلك ضمن عمل خليّة الإصغاء التي تمّ إنشاؤها أثناء هذه الأزمة على مستوى كلّ البلديّات المتضرّرة، ضف إلى ذلك تقمّصها لشخصية صحفيّة عاملة بإحدى اليوميات الجزائرية لحضور الندوة الصحفية التي جمعت في الفاتح أكتوبر 2009 (ذكرى مرور سنة على الفيضانات) بمقر المديرية العامة للحماية المدنية لولاية غرداية بين والي الولاية ومدراء الإدارات المحلية والمجالس الشعبية المحلية بصحفييّ مؤسسات الإعلام العامة والخاصة.

- الحدود البشريّة: اقتصرت على استجواب مسؤولين وموظفين في الإدارة المحليّة لولاية غرداية وأعيان المجالس العرفية لبني ميزاب وإعلاميين في الإذاعة المحليّة، مدير الحماية المدنية ومدير مركز الأرصاد الجويّة من خلال المقابلات التي تم إجراؤها إلى جانب الجماهير المتضررة من الوضع لكشف مدى اهتمامهم بالمعلومة.
- الحدود المكانيّة: ولاية غرداية ببلدياتها التسع المتضررة من فيضانات 2008.
- الحدود الزمانيّة: أجريت هذه الدراسة في 2008/ 2009 حيث استدعى الأمر تنقل الباحثة إلى (ولاية غرداية) على فترتين: الأولى بعد خمسة أشهر من وقوع الكارثة من (01 إلى 16/ 03/ 2009) والثانية من (01 إلى 07/ 10/ 2009) لاستقاء بعض المعلومات المهمّة عن حيثيات معالجة الأزمة والقضاء عليها.

8. الدراسات السابقة :

1. دراسة محمد هدير: "تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة الأزمات ـ مع الإشارة إلى أزمة القبائل"ـ تناولت دور تكنولوجيات الاتصال الحديثة في إدارة الأزمات، حيث توصلت الدراسة إلى أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة تساهم بقسط كبير في أخذ القرارات السريعة والصائبة عن بعد وفي الوقت المناسب إذ تسمح بالانتقال السريع والكثيف للمعلومات، وأن الفشل في التصدي للأزمة

يعود إلى إهمال إعداد خطّة مسبّقة وتكوين فريق خاص مدرب على استعمال التقنيات الحديثة في تطويق الأزمة.

2. دراسة مراد كموش: "العلاقات العامة وإدارة الأزمات، حالة شركة الخطوط الجويّة الجزائريّة« تناولت إشكاليتها "دور العلاقات العامة في إدارة وتسيير الأزمات بشركة الخطوط الجويّة الجزائريّة "وتوصلت إلى أنّ المؤسسات الجزائريّة في عمومها لا تسعى إلى تجنّب الأزمة في المقام الأوّل (مبدأ الوقاية خير من العلاج)، بل تعمل في أكثر الأحوال على التصدّي للأزمة ?بعد وقوعها - بسرعة ومحاولة إيجاد حلول لمشاكلها قبل أن تتفاقم.

3. دراسة بوعزيز بوبكر: "الإعلام وإدارة الأزمات: إدارة أزمة القبائل من خلال جريدة الخبر« تناولت إشكاليتها مدى مساهمة جريدة الخبر في إدارة أزمة القبائل بشرح طبيعة وأهم مراحلها وخصائصها، ثم التحول نحو عرض المسار التاريخي للقضية الأمازيغية منذ ظهورها إلى 2001، ثم التركيز على إبراز القيمة التي أولتها جريدة الخبر من حيث الموضوع والموقع والعناوين والنصوص والصور،كما اهتمت باتجاه المادة الإعلامية الذي عبرت به الجريدة عن موقفها من أزمة القبائل.

II الأطر النظريّة لمصادر المعلومة وأنواعها

كان ولازال غياب المعلومات أو نقصها وكذا عدم دقتها - حسب ما أكدته التجارب الإنسانية عبر مختلف الأزمنة - العامل المباشر والرئيسي في اتخاذ القرارات غير السليمة التي تؤدي إلى الفشل والهزيمة وضياع الحقوق في تنفيذ أيّ مشروع.

وقد أدركت الدول المتقدمة أهميّة المعلومات كمورد استراتيجي حيوّي لا يقل أهميّة عن الموارد الأخرى، بل تعتبره الركيزة الأساسية للتقدم العلمي والحضاري وللتنمية وعنصرا مهما لا غنى عنه في جميع مجالات الحياة اليومية للفرد وللجماعة على حدّ سواء بالأخصّ في صناعة القرارات واتخاذها، وباتت - اليوم - عاملا قائما بنفسه بعد أن صارت تتحكم بكافة مظاهر الحياة وتطورها وصعود

مكانتها في حسابات القوة للدولة (نصر مهنا. 2007: 254) لما تتمتع به من قيّم رئيسية خاصة ذات وزن مؤثر بكافة التحدّيات والتهديدات، سواء تلك التي تواجه الأمن القومي للدولة في دوائره المختلفة، أو في تلك التي تعترض أنشطة مختلف المؤسسات أو الأجهزة أو الشركات.. إلخ (عبوي. 2007: 144).

مأصبح مالك المعلومة ومستثمرها - في عصرنا الحالي - هو الأقوى لأنّ قدرة الإنسان على استثمار الموارد المادية والبشرية رهينة بقدرته على استثمار المعلومات، كما أنّ استثمار هذا المورد الحيويّ هو المعيار الذي يعتمد عليه حاليا في التمييز بين المجتمعات المتقدّمة من ناحية، ومجتمعات الدول النامية من ناحية أخرى. (الوردي. د.ط، د.م.ن: 268)

تفسّر المعلومة وتصنّف وتوضّح الأوضاع والظروف الذاتية للمنظمات وما يحيط بها من مخاطر وتهديدات محليّة أو عالمية ما جعلها تحتلّ مركزا مهمّا في البناء الإداري المعاصر حيث أنّها الأداة الأساسية التي تعمل على الربط بين أجزاء التنظيم والوسيلة الرئيسية للإدارة في التنسيق والتخطيط والمتابعة، لهذا تعدّ من الموارد المهمّة التي تعمل على تحقيق أهداف الإدارة مثلها في ذلك مثل الموارد البشرية والمالية والمادية في المنظّمة الحديثة. (م عبد الهادي. 1996: 77)

فهي أساس أيّ قرار يتّخذه أيّ مسؤول في موقعه فبقدر توافر المعلومات المناسبة في الوقت المناسب للشخص المسؤولين بقدر ما تكون دقّة القرارات وصّحتها، إذ تتوقف هذه الأخيرة على نوعية المعلومة المتصلة بالمشكلة المطروحة، وبمدى صلاحيتها الأمر الذي يجعل من الفرد حريصا على تجميع المعلومات المرتبطة بالإنجازات السابقة وتنظيمها. (نفس المرجع: 77).

II.1 مفهوم المعلومة

تعدّدت المفاهيم التي عالجت مصطلح المعلومات وتشعبت واختلفت بسبب وقوع عِلم المعلومات على الحافة بين العلوم الإنسانية والمادية، ما جعل الباحثون والمختصون في مجالات مختلفة يقرّون بصعوبة إيجاد تعريفا محدّدا لها، لتعقّد طبيعتها وغموض معناها وسعة مدلولها.

وما زاد الأمر تعقيدا هو انتماء الباحثين إلى خلفيات علمية متباينة مما أدى إلى وجود تعاريف عدّ منها ما تمّ تناوله بشكل منفرد بوصفه ظاهرة قائمة بذاتها، ومنها ما تمّ تناوله ضمن مفاهيم أخرى تتعلق بمجالات التخصّص والدراسة (اقتصاديات المعلومة، التخطيط الوطني للمعلومات، سياسة المعلومات، عصر المعلومات، مجتمع المعلومات... إلخ) (السالم. 2005: 48) فهناك من ذهب إلى القول بأنّ "مفهوم المعلومات له أكثر من (300) تعريفا ويعود اشتقاقها إلى المصطلح اللاتيني Information التي تعني عملية توصيل الشيء". (Breton, Proulx: 97)

غير أنّ هناك من عرفها على أنّها "كما الجاذبية الأرضيّة والكهرباء لا يمكن وصفهما بدقّة، ولكننا نعرف كيف تعمل وندرك جيّدا أثرها" (أنور بدر: 17،18)، في حين قال ولفرد لانكسبر بأنّها "شيء غير محدّد المعالم، بمعنى أنّه لا يمكن رؤيته أو سماعه أو لمسه، فالإنسان يُحاط علما في موضوع معيّن إذا ما تغيّرت حالته المعرفية بشكل ما". (عبد الهادي، مرجع سابق، ص74).

ومن جهة أخرى عرفها الدكتور أحمد العليّ على "أنّها مجموعة من الحقائق والمفاهيم التي تخصّ أيّ موضوع من الموضوعات التي تكونت منها تنمية وزيادة معرفة الإنسان، وقد تكون المعلومات عن الأماكن أو عن الأشياء أو عن الناس، وهي المكتسبة من خلال البحث او القراءة أو الاتصال أو الملاحظة أو غيرها من وسائل الحصول عليه". (عبد الله العلي.2001: 17) أضافت الدكتورة عبلة الأفندي "بأنّها عبارة عن تلك المدخلات المتمثلة في مختلف أنواع البيانات التي يتم جمعها وتخزينها واسترجاعها ومعالجتها وتحويلها إلى مخرجات، أي (معلومات) معدّة للاستخدام في عمليات صنع القرار وتنظيمها بهدف ترشيدها لتحقيق الأهداف المرجوة". (الأفندي. 1995: 28)

قد جاء في اللّغة العربية أنّ "كلمة المعلومات مشتقة من كلمة (العلم)، وهو نقيض (الجهل). يقال: عَلمَ علما، أي علم هو نفسه، وعلّمت الشيء: أعْلَمُه وعَرفتُه. وعَلمَ بالشيء: شَعر به. يقال أيضا: ما عَلمت بخبر قُدُومكَ أي ما شَعرتُ، ويقال استَعلَمَ في خبر فلان، وأَعْلَمتُه حتى أُعَلِمُهُ، وعَلِمَ االأمر وتعَلَّمَهُ،

أتقنه. ويقصد بهذه الكلمة المعرفة والتفاصيل والأخبار والتعليم وإعطاء المعرفة وتستعمل كمحتوى لعمليات الاتصال بهدف توصيل المعرفة أو الإعلام بها أكثر.« (عبد الجواد حميد. 2012: 38).

ويعود أول ظهور لمصطلح المعلومات (Informations) على شكل مختلف عما هو عليه اليوم، حيث عرف سنة (1960م) بـ Science Information ثم تغيّر فيما بعد إلى: Information Science ليهتم بخصائص وسلوك وتدفّق المعلومات وكذلك عمليات إنتاج المعلومة وطرق تجميعها وتصنيفها وتجهيزها وتخزينها واسترجاعها وكذلك أساليب التعبير عنها وقنوات نقلها إلى المستفيدين (فرد/ جماعة) سواء تمّ هذا النقل عن طريق الإنسان أو نظّم الآلة والإنسان معا (Man machine)

وقد ظهر علم المعلومات كنتيجة حتميّة لظهور تكنولوجيا تجهيز البيانات والأدوات المرتبطة بها من أجهزة آلية أو نصف آلية، وكعادة أيّ علم جديد نجد أنّ هذا العلم قد أخذ بعض المصطلحات المعروفة وغيّر معناها بإضافة معاني أخرى جديدة لمصطلحات قديمة كانت معروفة. (سالم. 2001: 23) يرتبط مصطلح المعلومة بمصطلح البيانات إلى درجة أن وجد الكثير من الأفراد صعوبة في التفريق بين المصطلحين، غير أنّ الاختلاف الموجود بينهما يكمن في كون مصطلح البيانات مادة خام يتم معالجتها وتحويلها للحصول على المعلومات، أما المعلومة كما قال عنها (دي مسكي) "هي البيانات التي يمكن أن تغيّر من تقديرات متّخذ القرار". (عبد المنعم مبارك. 2002: 23)

- اصطلاحا وحسب تعريف فرانسيس بال: "تعدّ المعلومات نتاجا لاستعمالات حول موضوع معيّن تصّف وتوضّح العلاقات وتوضع في متناول الشخص المعني او الهيئة المعنية بها". (Ball.1998: 124)

- أخيرا وبالرغم من اختلاف التعاريف السابقة وتشعّبها، تذهب الباحثة من خلال طبيعة مضوع الدراسة إلى القول بأنّ المعلومات هي تلك الأخبار والدلالات والإشارات التي ترد المنظّمة في شكل جملة من البيانات والإحصاءات والأرقام عبر قنوات اتصال مختلفة (مكتوبة، مسموعة، سمعية مرئية) عن موقف معيّن أو

مشكلة أو قضيّة أو طارئ ما، قد يسبّب حدوثه وقوع أزمة أو كارثة على مستواها الداخلي أو الخارجي، فيؤثّر بذلك على مكانتها وسمعتها بالأخصّ إذا ما تمّ تجاهلها أو التهاون في التعامل معها في الوقت المناسب.

- كما تقصد بها المعرفة التي تكتسب من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة والتي يستوجب التدخّل السريع في تجميعها وتنظيمها وتحليلها بغرض فهم عوامل وأسباب ظهور الأزمة، وأكثر من ذلك تقنيات وأساليب وآليات التصدّي لما قد تتسبّب في حدوثه على مستوى المنظّمة من تغيير نحوّ الأسوأ أو الأفضل، بالاستفادة منها في عملية صناعة القرار واتخاذه فيما يمكن مواجهته قبل فوات الأوان، أو بغرض معالجة الازمة والتقليل من خسائرها في حال وقوعها.

II.2 أنواع المعلومة

بدى جليا - بعد التطرق إلى مفهوم المعلومات - أنّ لهذه الأخيرة أهميّة كبيرة في حياة الفرد والجماعة، حيث توفّر الحقائق المخفيّة والمفاجئة وتوضّح وتفسّر المعطيات الغامضة وتشرح الأمور المشكوك فيها والملتبسة التي تحيط بقضيّة أو مشكلة أو موضوع ما يكفل لمتلقيها تكوين المعرفة المفقودة بالنسبة له أو تطوير أخرى موجودة لديه تساعده علَى مواجهة المشاكل وتعينه على اتخاذ قرارات مناسبة بشأنها. كما اتّضح - أيضا - أنّه من الضروريّ التوجّه نحوّ ذكر أنواع المعلومات ومصادرها وأجهزتها والتي من شأنها تمكين المطّلعين على هذه الدراسة من التعرُّف على طبيعة المعلومة المناسبة لكل موقف أو قضيّة أو مشكلة أو طارئ أو خطر ما... إلخ، وهي - طبعا - عديدة ومتنوّعة بحسب تعدّد وتنوّع المجالات والتخصّصات وسنورد منها التالي:

1. المعلومة الرسميّة: يقصد بها تلك المعلومة الموثّقة والمستقاة من مصادر رسميّة معروفة لدى العام والخاص (دستور، تشريعات، قوانين، تعليمات، مراسيم رآسية او وزارية... إلخ).
2. المعلومة غير الرسميّة: المتحصّل عليها من جهات غير رسميّة هي في الغالب مشكوكة، أي أنّها غير صحيحة لأنّها صادرة عن أشخاص عاديين كالأصدقاء والأقارب والمعارف وزملاء العمل وغيرهم من من قد يتسبب - بقصد أو بغير

قصد – في الترويج للإشاعة بسبب التأويلات والتوقعات والتنبؤات الخاطئة لبعض للأحداث التي يُستند فيها على الخبرات والتجارب السابقة، التي تتطلب توخّي الحذر الشديد في التعامل معها لأنّها في الأخير تظلّ غير رسميّة. (علي فرحان. 2005: 105)

3. المعلومة الفكرية: وهي تلك الأفكار والنظريات والفرضيات الموجودة بين عناصر المشكلة.

4. المعلومة التوجيهيّة: وتأتي من الإعلام التوجيهـــــي.

5. المعلومة الإنمائية: التي تساعد على الإنماء والتطوّر.

6. المعلومة التعليمية: التـي تساعد على التعلُـم.

7. المعلومة التجارية: التـي تساعد على الإنجاز. (الهادي. مرجع سابق: 14)

8. المعلومة السياسية: يعني بها تلك التي تهمّ الشؤون السياسية للدولة داخلية كانت أم خارجية، أو قل كل ما هو متعلق بالنشاط الديبلوماسي للدولة.

9. المعلومة الاقتصادية: تهتمّ بالإمكانات والقدرات المادية الاقتصادية للدولة في جميع المجالات (الزراعة، الصناعة... إلخ).

10. المعلومة الاجتماعية وتخصّ الجانب الاجتماعي بدراساته المتنوعة لخصائص المجتمع وتركيبته البشريّة والعرقيّة والدينيّة ... إلخ.

11. المعلومة العلميّة والتكنولوجية: وهي تلك القاعدة العلمية (خبراء، فنّيين، مراكز البحث...) والتعاون العلمي.

12. المعلومة جيوبوليتيكية وجيواستراتيجية: الموقع الجغرافي، الحدود، المساحة، المناخ، طبيعة الأرض... إلخ.

13. معلومات بيوجرافية : تلك المتعلقة بالشخصيات (بيانات اجتماعية، تأهيل علمي، وظائف، اتجاهات، ميول وطباع).

14. معلومات عسكرية: توفّر معطيات السياسة العسكرية للدولة وتحدّد أهدافها، كما أنّها تعمل على تفسير الإمكانات الماديّة والمعنويّة لدى المجموعة العسكرية

والقوّة القتالية المتوفّرة لدى أفرادها، ضف إلى ذلك أهمّ ما توصلت إليه من ابتكارات وصناعات حربية، وما ينجرّ عنه من علاقات تعاون وصداقة خارجية. (مهنّا. مرجع سابق: 258، 259)

II.3 مصادر المعلومة

توجد عدّة مصادر للمعلومة منها ما هي صادرة عن نظّم المعلومات الإدارية ومنظّمات أخرى محليّة وعالميه منها ما هي صادرة عن الأفراد والجماعات الذين تتعايش معهم إدارة المنظّمة في أيّ مجتمع وتتفاعل معهم بالتعاون والتبادل المباشر أو غير مباشر، بالإضافة إلى تلك الصادرة عن النظّم الماديّة والطبيعيّة المحيطة بالإدارة، كما توجد أخرى صادرة عن نظّم عليا في المجتمع لها سلطة التشريع والتصريح والتقيّيد، ومعلومات مدوّنة وثائقيّة أو مسجلة. (الهادي. مرجع سابق: 76)

وتنقسم مصادر المعلومة - أيضا - إلى:

1. مصادر أوليّة: كالدوريات، وقائع المؤتمرات، والأطروحات الجامعية والطبوعات الرسمية، الإحصائيات، الدراسات والبحوث الميدانية، القوانين..
2. مصادر ثانويّة: القواميس الموسوعات، قواعد البيانات (نفس المرجع: 76)
3. مصادر علنيّة: وتضمّ كل وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية السمعيّة، والأنترنيت (مهنا. مرجع سابق: 257)
4. أجهزة المعلومة في الدولة: وتتمثل في الآتي:
   - وزارة الخارجية.
   - أجهزة الاستخبارات.
   - وحدات المعلومات بالوزارات المختلفة.
   - هيئة الاستعلامات.
   - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرارات بمجلس الأمة.
   - وحدات وعناصر المعلومات على مستوى الولايات وقطاع الأعمال... إلخ. (نفس المرجع 265)

III مدخل مفاهيمي للأزمة ومراحلها

تعدّ إدارة الأزمات والكوارث وإدارة ما لا يمكن تصوّره وتوقّعه وحالة الإفراط في عدم اليقين في الإدارة الحديثة العامة مفتاحين لاختبار الكفاءة في الحوكمة الصحيحة والإدارة العامة، حيث اهتمّ علم الإدارة بإدارة ما لا يمكن إدارته والسيطرة عليه، فأصبح يعرف على أنّه "فنّ تجنّب وقوع أو تخفيض المخاطر وظروف عدّم التأكد لتحقيق أكبر قدّر من التحكّم والرقابة على الأخطار التي يحتمّل أن تواجهها المنظّمة "(هدير. 2004/ 2005: 58)، الأمر الذي أدّى بالدوّل والحكومات إلى الاهتمام بتحديد السياسات والمواقف التـي تجب متابعتها بـغرض التحكّم في حالات الطوارئ والكوارث المفاجئة فنشأ علم إدارة الأزمات في محاولة من المختصين دعم متخذ القرار بنظم المعلومات والوسائل والإجراءات التي تضعه في أتمّ الاستعداد للمواجهة الفورية للمواقف الطارئة والأزمات.

لذا تُعرف إدارة الأزمات بأنّها -كافة الوسائل والإجراءات والأنشطة التي تنفذها الدولة أو الجهة والمنظّمة بصفة مستمرة في مراحل ما قبل الأزمة وأثناءها وبعد وقوعها بهدف منع وقوعها كلما أمكن، ومواجهتها بكفاءة وفاعلية بما يؤدي إلى تقليل الخسائر وتخفيض الآثار السلبية وإزالة الآثار النفسية (سالم. 2002: 129)

وقد أوضحت الفيضانات المفاجئة والزلازل والموجات البحريّة الكبيرة (تسونامي) بأنّ الكوارث تقود إلى أزمات ذات عواقب وخيمة بسبب التهاون في إدارتها بفعالية، حيث نتج - على سبيل المثال - عن الأعاصير (إعصار كاترينا 2005) والهجمات الإرهابية (تفجيرات 11 سبتمبر 2011 في الولايات المتحدة االأمريكية) والأزمة المالية العالمية، أزمات أخرى محمّلة بديناميكية الفوضى والعواقب بعيدة المدى ونتائج خطيرة لم يُتنبأ بها من قبل كانهيار بعض الأنظّمة العربية (تونس، مصر، ليبيا، اليمن، سوريا).

غير أنّ الأزمات - عادة - ما تعطي الكثير من الإشارات التحذيرية في وقت يمكن فيه التنظيم والتخطيط والاستعداد لمرحلة ما قبل الأزمة.

III.1 الأزمة وتصنيفاتها

تعدّ الأزمة "حالة انقطاع غير مرتقب وصعبة الاجتناب، تجمع بين الخطر والطارىء في تلاحق وتتابع، وهي غير معروفة النتائج، دون إجراءات النجدّة أو سيناريوهات معدّة مسبقا على طاولة العمل، أين تمتزج الخسائر البشرية بالمادية، ويتشابك القلق البشري المنظماتي والإعلامي" (Bouzar. 2006: 118)، كما أنها تشير إلى موقف أو حالة طارئة واستثنائية مغايرة للمجرى العادي للأمور. "ولثراء اللغة العربية بالمفردات المختلفة، لم يكن استخدام لفظ أزمة شائعا في الأدبيات العربية القديمة، إلى أن لفتت الدراسات الأجنبية انتباه الباحثين العرب، وكانت الترجمة المباشرة لكلمة Crisis تعني أزمات«. (محمد شعبان. 2005: 85)

في اللّغة الإنجليزية، وتحديدا في قاموس أكسفورد، جاءت كلمة Crisis لتعني: "نقطة تحول في المرض أو تطوّر الحياة أو التاريخ ...الخ. وحسب القاموس، تتّسم نقطة التحوّل هذه، بالصعوبة والخطورة والقلق على المستقبل وضرورة اتخاذ قرارات محدّدة و حاسمة في فترة زمنّية محدّدة (نفس المرجع: 86)

وإلى جانب كلّ من اللّغتين العربية والإنجليزية، عرفت اللّغة الفرنسية هي الأخرى كلمة Crise – كمرادف لكلمتّي أزمة – Crisis وتعني نوبة أزمة، فاقة، فقر، نزاع، توتّر غير أنّ أصل هذه الكلمة في اللّغات الثلاث، يعود في حقيقة الأمر إلى الكلمة "اللاتينية Krinein، التي تعني: To decide" أي: أنّ تقرر لذلك فإنّ الأزمة تعني "لحظة قرار Decisive moment" أي وقت صعوبة وشدّة يهدّد تاريخ الشخص أو المنظمة". (المكاوي. 2005: 48) ويعود تاريخ ظهور هذه الكلمة واستعمالها، إلى "علم الطبّ الإغريقي القديم، حيث استخدمت للدلالة على وجود نقطة تحول هامة، أو لحظات مصيرية في تطور المرض" (محمد شعبان. مرجع سابق: 84) أين تكون الأعراض الظاهرة على المريض، كالحمّى واضطراب ضربات القلب وضغط الدمّ..الخ بمثابة مؤشّرات الأزمة.

من خلال كلّ ما تقدّم، يتّضح جليّا، أنّ "الأزمة أمر غير مستحبّ لأنّها تتسبّب في قلق الإنسان وحيرته وعدم استقراره، فهي في الغالب مفاجئة الحدوث وعادة دون سابق إنذار"، (مركز دراسات بيمك. 2004: 13) فتؤدّي في –

أحيان كثيرة - إلى الارتباك في اتّخاذ قرارات متسرّعة بل ارتجالية، تزيد من تدهور الوضع لأنّها نقطة تحوّل إمّا إلى الأسوأ أو إلى الأفضل وأيضا لحظة حاسمة أو وقت حرج بل، حالة من عدم الاستقرار الذي ينبّئ بحدوث تغيير حاسم ووشيك قد تكون نواتجه غير مرغوبة بدرجة عالية.

وقد حدّد الباحث االأمريكي، بمركز الدراسات الإستراتيجية بواشنطن روبرت نورث ثلاث نقاط أساسية تتحكم في تعريف الأزمة وهي كالآتي:

- أن تكون الأزمة مركّبة الأبعاد ومتداخلة،
- أن يتجاوز تأثيرها حدود مركزها،
- أن تحتوي على نتائج ذات آثار حالية وأخرى مستقبلية.

أمّا في المفهوم العلمي "فإنّها تعبّر عن موقف معقّد ومتشابك وأكثر من ذلك حرج، يواجه متّخذ القرار في أحد كياناته (دولة، مؤسّسة، منظّمة...) فيفقده القدرة على السيطرة عليه". (حسين. 2001: 22) من جانبه عرّفها lagadec Pat-rick (Chercheur au laboratoire d?économétrie à l?Ecole Polytechnique en France) على "أنّها حالة تضيف درجة عالية من الخطورة، على الحالة العادية للطارئ". (Lagadec, 112 :1996).

تتداخل مع مصطلح الأزمة مصطلحات أخرى كالمشكلة التي تعدّ حالة معقّدة ومتشابكة العوامل بل أكثر من ذلك "غامضة، يحتاج حلّها إلى معرفة أسبابها وتحليل عناصرها قصد القضاء عليها قبل أن تتطور إلى أزمة فتصعب مواجهتها". (بدوي. 1982: 327)

- الطارئ: "وهو وضع غير عادي يتطلب التدخل السريع لتجنّب نتائجه، كنشوب حريق بمصنع ما (La table ronde:2001,p 03)"

- القضية: وهي التي "تظهر نتيجة تطوّر خلاف حول مسألة ما ينطوي على آراء متعارضة تنشأ نتيجة الفجوات الواقعة بين سلوكيات المنظّمة وقطاع أو أكثر من جماهيرها، ويؤدي إهمال علاجها - في الغالب - إلى تحوّلها إلى أزمة". (المكاوي. مرجع سابق: 53)

- الكارثة: هذا المفهوم الذي له علاقة كبيرة بموضوع دراستنا، يتشابه ويتداخل كثيرا مع مفهوم مصطلح الأزمة، حيث أنّه حالة مفاجئة، غير عادية ومربكة "حدثت فعلا وأدّت إلى خسائر جسيمة في الموارد البشرية والمادية، وتكون أسبابها إمّا طبيعية أو بشريّة تؤدي إلى ظهور ما يسمى بالأزمة مثل الأزمات الصحيّة". (سالم. مرجع سابق: 60)

وإلى جانب هذا التداخل تتميّز الأزمة بالتهديد والمفاجأة والارتباك وضيق الوقت حيث أنّها تهدّد مصالح المنظّمة بالزوال وبعرقلة استمراريتها وتفاجئ متّخذي القرار بوقوعها إذا ما تمّ إهمال مؤشراتها، فتربكهم وتحدّ من فاعليتهم الاتصالية حيث يعمل عامل ضيق الوقت على تسارع حركيتها الصاعدة والمتطوّرة نحوّ الأسوأ، وتختلف الأزمات باختلاف مصادرها وأسبابها وعناصرها وزمن وقوعها ومراحل تكوينها االأمر الذي فرض أساليب ومنهجية خاصة للتعامل مع كل نوع من أنواعها فنجد من حيث نجد:

حسب المصدر

- الأزمة الطبيعية: وهي الناتجة عن الكوارث الطبيعية الخارجة عن نطاق وإرادة الإنسان كالزلازل والفيضانات والبراكين والأعاصير التي لم ترحم الإنسان وممتلكاته في مواقع وأوقات عدّة فهي مفاجئة ومدّمرة، يصعب -في بعض الأحيان- التنبّؤ بحدوثها لكن يمكن التقليل من أضرارها وخسائرها بالتوقّع المستمّر لإمكانية حدوثها، بوضع خطّط استراتيجيه تجعل من الأفراد والهيئات والمنظّمات في تأهّب دائم لمجابهتها. (خطّة الطوارئ).

- الأزمة الصناعية: وهي أزمات يتسبب الإنسان في حدوثها بنسب جدّ عالية، من خلال أنشطته وببعض ما يرتكبه من أخطاء ناتجة إمّا عن جهله بأمور العمل أو عن إهماله لبعض مستلزماته، أو عن نسيان ما كان يجب فعله، أو من خلال تعمّد الأمر - حينما يريد - إذ نجده في اختلافاته مع وجهات نظر مسؤوليه ومرؤوسيه في أعلى الهيئات والقطاعات، يصنع أحداث المظاهرات داخليا، في حين يتسبب على المستوى الدولي في الحروب.

من حيث المجال

- المعيار الجغرافي: هنالك الأزمة المحلّية التي تحدث على المستوى الداخلي

للمنظّمة ولا تتعدّى آثارها حدود جماهير المنظّمات الأخرى كأزمة بريان بولاية غرداية إذ اقتصرت على المواطنين الجزائريين بالمنطقة فقط.

– الأزمة القومية: وهي أزمة عامة تؤثّر في المجتمع ككل، كالتلّوث البيئي مثلا والتهديدات العسكرية.

– الأزمة الدولية: وتهمّ مجموع دول العالم وتمسّ بمصالحهم، وأقوى مثال لذلك أزمة الحربين العالميتين الأولى (1914) والثانية (1948) والتي قسمت العالم إلى معسكرين متناحرين شرقي وغربي ضف، إلى ذلك الأزمة المالية التي مست بمصالح الدول المتقدمة وأثّرت عليها بالسلب.

حسب مضمون الأزمة: تختلف الأزمات عن بعضها البعض في هذا التصنيف حيث نجد الأزمة السياسية، التي يكون موضوعها سياسي بالدرجة الأولى، واالأمر نفسه بالنسبة للأزمة الاقتصادية والاجتماعية والنفسية. . . .إلخ إذ أنّ كلّ واحدة منها تصنّف حسب موضوعها.

حسب حجم الأزمة: أزمة صغيرة وأخرى كبيرة وضخمة، وهذا راجع إلى كميّة الخسائر البشريّة والمادية التي تتركها.

III.2 مراحل الأزمة

III.1.2 مرحلة ما قبل الأزمة ومفهوم إشارات الإنذار المبكر

تمّر الأزمة خلال تكوينها بمراحل متنوّعة، تمنح متّخذ القرار وفريقه فرصة التسيير الجيّد، أو السيّئ لها، وذلك حسب كمّ ونوع المعلومات الواردة إلى المنظّمة خلال هذه المراحل وأيضا كفاءاتهم وخبراتهم في هذا المجال.

وقد قسّمت مراحل التكوين هذه إلى ثلاثة مراحل تمنح - خلالها - مرحلة ما قبل الأزمة لمتّخذيّ القرار والقائمين على المنظّمة فرصة التسيير الجيّد أو السيّئ لها وذلك حسب كمّ ونوع المعلومات الوارد إلى المنظّمة في هذه الأثناء إذ تُعدّ هذه الأخيرة قوة في يدّ من يملكها باعتبار أنّ الحصول عليها والتحكّم في تسييرها يؤدّي ?حتمًا- إلى التغيير نحوّ ما يخدم مصلحة المسؤولين.

مما أدى بالمختصّين في مجال اتصال الأزمات إلى القول بأنّه من الظلم وصف الأزمة بأنّها "مفاجئة" بالأخصّ في هذا العصر الزاخر بأحدث وأرقى تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شتّى مجالات وميادين الحياة التي سهلت عملية الحصول على المعلومة وانتشارها في أيّ زمان ومن أيّ مكان كان.

غير أنّه يمكن اعتبار الأزمة أمرًا مفاجئا ومحتمل الحدوث في حالة ما أصرّ القائمون على المنظّمة على تجاهل مؤشراتها، بل وكانوا غير مدركين وغير مبالين لأهميّة ومكانة الاتصال فيها ولما يمكن أن يوفّره من خدمات ومعلومات تفيد في عملية التنبّؤ واحتمال وقوع الأزمات باكتشاف إشاراتها الأوليّة.

تشهد المنظّمة في هذه المرحلة مؤشّرات أوّلية هي بمثابة تحذير ومنبِّه من وقوع خطر قادم نحوّها، يهدّده سمعتها ومصالحها، أطلق عليها الباحثون عدّة تسميات، حيث سماها حسن عماد مكاوي في كتابه (الإعلام ومعالجة الأزمات) "بوادر ميلاد الأزمة« وسماها آخرون "المرحلة التحذيرية« "المرحلة الاستباقية« وهي في كلّ الأحوال عبارة عن نقطة تحوّل يبدأ منها التغيير نحوّ الأحسن أو نحوّ الأسوأ، حيث تشهد المنظّمة في هذه الأثناء إجراءات الوقاية بالتأهب لمواجهتها من خلال التعرّف والاستكشاف المبكّر والتنبّؤ بكل الاحتمالات والمتغيّرات المسبّبة لها.

يكون التحذير في مرحلة ما قبل الأزمة واضحا أو مباشرا، كأن تصل المنظّمة معلومات أو بيانات أو إحصاءات دقيقة تؤكد أنّه في حالية ما إذا لم تُتّخذ أي إجراءات بشأن الموقف في الوقت المناسب، فإنّ الأوضاع ستتأزّم -حتمًا- وقد يكون غير واضح وغير مباشر يصعب ترصّده، كما يمكن أن يكون عكس ذلك لكن دون اتخاذ أيّ تدابير لازمة بشأنها. (المكاوي. مرجع سابق: 73) تتمثل إشارات الإنذار في تلك المعلومات الواردة من مصادر مختلفة في شكل (تقارير دوريّة، سجلات الاجتماعات والمقابلات، الخطبّ والأحاديث، الصورّ والمراجع، السجيلات الحكومية، الصحف والمجلاّت، المكتبات، الجامعات، مؤسسات المجتمع المدني، الشكاوي والاقتراحات ...) وإلى غير ذلك من المعلومات المتاحة في شكل أخبار أو تعليقات أو اتجاهات سائدة في المجتمع، والتي يمكن الحصول عليها وانتقاؤها من خلال الأبحاث والاتصالات الرسميّة وغير الرسميّة. أشار في

هذا الإطار H. Igor. Ansoff إلى أنّه - كلما كانت إشارات الإنذار توقعيّة كلما كانت شدّتها ضعيفة أكثر، كما عبّر عنها بوصفها الإشارات الضعيفة التي اعتبرها معلومات غامضة جدًا تتطوّر وتتوضّح بشكل تصاعدي مع الزمن، أي أنّها إشارات غير دقيقة ومبكّرة لأنّها تدور حول أحداث يُحتمل أن يكون لها تأثيرا كبيرا إذا ما تحقّقت] (LESCA. 2002:22) [أنظر الشكل رقم (01) أسفل الصفحة]

E (حدثٌ وقع حقا)، (E’ حدث متوقع لم يحدث بعد)، (S إشارة ضعيفة لكنها مبكّرة)، (S إشارة قوية لكنها متأخرة)، (T الزمـن)

الشكل رقم 1

الشكل رقم (01) نموذج الإشارات الضعيفة

Sylvie Mira Caroline Prat et

تمثّل النقطة (E) الحدث المحقّق (بمعنى وقع حقا) خلال زمن (T) جدّ ضيق لا يسمح باتخاذ قرارات سليمة وصحيحة، وتشير النقطة (S) إلى شدّة الإشارة التي تكون فيها المعلومة واضحة وجدّ مفهومة لكنها جدّ متأخرة وبهذا لا تتطلب جهداً كبيراً للتعرف عليها والتعامل معها.

- من جهة أخرى، ترمز النقطة (’E) إلى حدث لم يقع بعد ويمثل الزمن (’T) زمن التنبّؤ بالحدث قبل وقوعه والذي يبدو واسعا وكافيا لاتخاذ القرارات الصائبة أو قل اختيار البدائل الأنسب، أمّا النقطة (’S) فتعني وجود إشارات مبكّرة لكنّها ضعيفة وفي حاجة إلى بذل المزيد من الجهد للتعرف على المعلومات المتوصّل إليها وعلى طبيعتها وطريقة التعامل معها وتوضّح من الإشارة [T’ T] مجال المناورة الذي يمكن للمنظّمة - من خلاله - إمّا منع حدوث الأزمة أو وقوعها إن ظلّت في انتظار ظهور أكثر وأوضح للإشارات البارزة أمامها. (/Sylvie et Bonnardel http// WWW.lgi.ecp.fr,p4)

يفضل H.Igor ANSOFF تسمية إشارات إنذار المبكّر باليقظة الاستراتيجية ما دامت - حسبه - تشير إلى مفهوم الابداع، حيث أنّها تصف الأحداث التي وقعت فعلا والتي من خلالها يمكن صياغة فرضيات ورؤية مسبقة إبداعية لا تقتصر على مجرّد رصد البيئة، بل تحتاج إلى أخذ الحيطة والحذر والانتباه الجيّد والمستمر بهدف التقاط المعلومة الاستباقية، لأنّ الهدف من اليقظة الاستراتيجية هو تحصيل المعلومات التي تساعد المنظّمة على التعرّف على المتغيّرات التي تحدث في محيطها الخارجي، بالأخصّ المعلومات التي تُنبّؤها بالأحداث التي يمكن أن تقع مستقبلا والتي من شأنها المساهمة في اتخاذ القرارات السليمة ومواجهة الأخطار التي تهدّد كيانها. (ستي وكرومي. مرجع سابق: 4)

مما سبق يظهر جليّا أنّ إشارات الإنذار المبكّر هي نفسها اليقظة الإستراتيجية، أي أنّها السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمكن المنظّمة من الإصغاء المسبّق والإرادي إلى بيئتها الخارجية بغرض استغلالها في وقتها المناسب لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها، لا يتمّ - في الغالب - الكشف عن إشارات الإنذار في مرحلة ما قبل الأزمة بالمصادفة، بل توجد ثلاث مستويات يمكن من خلالها لهذه المؤشّرات أن تظهر نذكرها كالآتي:

1. وجود خلّل وظيفي ضئيل ومتكرر الحدوث: في هذا المستوى لا يمثل الخلّل أيّ خطورة، لكنّه في نفس الوقت يشكّل إشارات تحذيريّة بوجود خلّل معيّن يستدعي الاهتمام بتصحيحه والسرعة في إيجاد الحلّ الأنسب له قبل فوات الأوان.

2. إنكار الموقف عندما يتمّ التعرّف عليه: في هذه الحالة تتراكم الأخطاء وتتفاقم الأمور بسبب اللامبالاة وإهمال االأمر ما أدى إلى وقوع أزمات عنيفة في عدّة منظمات. (برغوت. 2003: 115)

نذكر في هذا الإطار - وعلى سبيل المثال - ما حدث قبل أحداث الـ 11 سبتمبر 2011 بالولايات المتحدة االأمريكية أين "تلقى مدير إحدى مدارس الطيران - وعلى غير العادة - طلبا غريبا من مجموعة من الطلاب أرادوا تعلّم قيادة نوع معيّن من الطائرات عندما تكون في حالة الطيران فقط، ما كان كافيا لإعلام المصالح الأمنيّة للتحقيق في االأمر قبل أن يقع ما وقع". (Guern et Lecaplain. 2007:194)

3. سيطرة الخوف والقلق والتوتّر: يظهر في هذا المستوى نوع من الصدام داخل المنظّمة بسبب فقدان السيطرة عل الموقف الذي وقع دون أن يترك متسعا من الوقت للتخطيط واتخاذ إجراءات الوقاية منه.

يُلاحظ هنا أنّ لعميلة التنبُؤ دورا أساسيا في الكشف والتعرف على إشارات الإنذار الأولّية وتحديد (مرحلة ما قبل الأزمة) التي تعدّ أساس إدارة ما لم يكن يُتَوقّع حدوثه، حيث تساعد هذه الأخيرة على الوقاية منها بشكل فعاّل "لأنّ التنبُؤ بها يدفع نحوّ الاستعداد لها وإدراك أسبابها وتداعياتها بالتفكير في إعداد خطّط مستقبلية وقائية لإدارتها" (محمد علي. مرجع سابق: 46)، من هنا - إذن - يُؤخذ المستقبل واستشرافه بعين الاعتبار، لذا تسعى المنظمات التي جعلت من الحفاظ على كيانها وسمعتها من أولوياتها، إلى إيجاد الطرق الفعالة للتنبؤ بما يمكن أن يواجهها مستقبلا من مشاكل وأزمات.

يبدو - مما سبق - أنّ مرحلة ما قبل الأزمة تعني وجود نمطين متضادين للتعامل مع الأزمة، نمط استشرافي Proactive وآخر يعتمد على ردّ الفعل Reactive.

يشير - في هذا الإطار - النمط الاستشرافي Proactive إلى التنبؤ بالمشكلات والمخاطر والأخذ بالمبادرة وإجراء خطى أبعد مما يتطلبها العمل الروتيني لإدارة الأزمة وهو يتطلب توفّر العناصر الآتية:

- التنبّؤ والاستعداد لأنواع مختلفة من الأزمات.

- القدرة على التعاطي والتركيز على الإشارات الاوليّة التي تسبق حدوث الأزمة.
- إيجاد آليات مؤسّسة للحدّ من الأزمة قبل وقوعها.
- تكوين وتدريب فرق إدارة الأزمات.
- المراجعة المستمرّة للثقافة التنظيمية للمنظمة لدعم القيّم المعوّقة لإدارة فعّالة.
- التنبؤ بالأطراف الفاعلة المحتملة وتضمينها في خطّط وخطوط الأزمة. (عبد المجيد عارف. 2008: 118)

III .2.2 مرحلة الأزمة الحادّة أو الانفجّار

تمّثل هذه المرحلة نقطة اللاعودة "فإذا كانت المرحلة التحذيرية تخبرنا بوجود بؤرة ساخنة في طريقها إلينا، فإنّ هذه الأخيرة تخبرنا بأنّها وقعت وانفجرت فعلا.«(مركز دراسات بيمك: مرجع سابق،ص 28) وهي مرحلة تبدأ حينما يفشل صانع القرار في توّقع حدوث الأزمة، "أوحينما يعجز عن التعامل مع العوامل المحرّكة لها أو عدم ّقدرته على السيطرة على متغيّراتها بسرعة مناسبة« (شومان: مرجع سابق، ص 36) لانعدام الكفاءة لديه وقلّة خبرته في التعامل مع الأزمات، وذلك إمّا بسبب نقص المعلومات الواردة إليه، وعدّم صحتها ودقّتها وإمّا لعدّم قدرته على تحديد الأولويات وغياب الاختيار الدقيق لديه بين البدائل المتاحة أمامه أو لتدخلاته المتأخّرة.

لذا يعود ّنجاح أيّ منظّمة – مهما كانت طبيعتها – في إدارة ومعالجة أزماتها بالدرجة الأولى إلى قدرة مسؤوليها على إمداد جماهيرها (الداخلية والخارجية) بالمعلومات الصحيحة والدقيقة التي من شأنها إنارة الكثير من الغمّوض على مستوى التسيّير، والإجابة على كلّ الاستفسارات التي قد يؤوّل فهمها الخاطئ إلى ما لا يحمد عقباه وإلى التواصل معها عبر قنوات اتصالية مختلفة ضمن خطّط معدّة ومحضّرة مسبّقا للاستجابة للحدث في الوقت المناسب، ببناء مصدر واحد للمعلومة عن الأزمة وتزويد الجماهير بموقف واحد أيضا، بالإجابة عن عدد من التساؤلات (من، ماذا حدث، متى، كيف، أين، لماذا ؟) التي من شأنها شغل بال مسؤوليّ المنظّمة من جهة، وجماهيرها من جهة أخرى كما تعمل في الغالب

على إفقادهم الثقة فيهم، (أبو قحف: 2009، ص 214) ما يتطلب الاعتماد على نظام المدخلات وعمليات التحويل والمخرجات الذي يسهر على إمداد المنظّمة بكل المعلومات والمستجدات الخاصة بأهمّ تطورات الأزمة بشكل مكثّف ومستمر ومنتظّم وجدّ سريع.

تسهل المعلومات الواردة إلى المنظّمة ?في هذه المرحلة - عملية الاتصال القائمة بين الخبراء المستقدمين لدراسة الوضع والمستشارين وموظفيّ المنظمة من رؤساء للأقسام والوحدات إلى المسؤولين الرئيسيين، بواسطة (هاتف، شبكة الإنترنيت، مراسلات) وذلك حسب الوسائل الاتصالية المتاحة لها، وبواسطة الاتصال المباشر وجها لوجه (اجتماعات، ندوات، محاضرات)، في حين، تتمّ الاتصالات الخارجية، بين المنظّمة وجماهيرها (وسائل الإعلام الوطنية والأجنبية، والمواطنين حسب العلاقة التي تربطهم بالمنظمّة)، عبر وسائل الإعلام الجماهيرية والمؤتمرات والندوات والبيانات الصحفية التي توجّهها المنظّمة إلى جماهيرها المستهدفة، وذلك ضمن خطة أساسية تغطي النقاط الآتية:

- تقييم الأزمة (ما الذي حدث؟) بغرض التعرّف على التأثير المتوقّع للأزمة وطريقة الاتصال بأطرافها الفاعلة.
- بناء الاستجابة التنظيمية، وتتمّ بمجرد اتخاذ القرارات الخاصة بكيفية استجابة المجتمع للأزمة والطريقة التي يتمّ من خلالها تحديد الموقف.
- كيفية إخبار الجمهور والإجابة على استفساراته وطرق إمداده بالمعلومات الصحيحة لتفادي أيّ تطوّر للإشاعة من شأنه تضخيم الأمر.
- مسألة اختيار التوقيت المناسب لإخبار وسائل الإعلام.
- اختيار أعضاء خليّة اتصالات الأزمة، وتحديد مهام كلّ واحد منهم وعلى ضوء الخطة الرئيسية. (مكاوي. مرجع سابق: 128)

يتضح - مما سبق - أنّ إدارة الأزمات وتسييرها لا يتمّ إلا من خلال فريق الاتصال الذي يشكل أحد أهمّ ركائز إدارة الأزمات، وهذا باتباع سلسلة من الإجراءات والخطط والإستراتيجيات مع التركيز على اختيار الأجدر والانسب للقيام

بدور الناطق الرسمي، مع مراعاة تحديد الجمهور والرسالة التي ستوجه إليه والأهداف المرجوة منها، كلّ هذه العناصر تشكل ما يسمى بخلية اتصالات الأزمة التي توضع لتسيير عملية الاتصال أثناء الأزمة.

III.3.2 مرحلة ما بعد الأزمة

تبدأ الأزمة – بعد أن تصل ذروتها القصوّى – في التراجع تدريجيا إلى أن تستقرّ الأوضاع على حالتها الطبيعية، وتتّسم هذه المرحلة بتوافر المعلومات حيث يتمّ من خلالها تقويم الأزمة والتعرّف أكثر على أسبابها الحقيقية للحيلولة دون تكرار وقوعها "فهي آخر مرحلة تتمّ على أساسها معالجة الآثار السلبية الناتجة عنها، "(عبوي. مرجع سابق: 27) كما أنّها عبارة عن معلومات أوليّة لأزمات مشابهة قد يتكرر حدوثها، وأكثر من ذلك هي جملة من الدروس والعبّر المستخلصة مما وقع وحدث بسبب حالات التهاون أو القصور في التعامل مع الإشارات التحذيرية التي شهدتها المنظمة قبل وقوع أيّ أزمة، وأيضا مراجعة لكل ما تقدم وسبق من أنشطة إدارية واتصالية على جميع المستويات للكشف عما قد يكون سببا في ظهور أزمات أخرى مشابهة ومعالجته.

IV أهمية المعلومة في إدارة الأزمات

تصبح المعلومات ذات أهمية قصوى للمقائمين على المنظمة في المرحلة التحذيرية، وللجماهير أثناء الأزمة وهذه المعلومات لا تتعلق فقط بالأزمة، ولكن بكيفية التعامل معها ومنعها في المستقبل، وفي هذا السياق تؤكد دراسة مسحية حديثة أجريت على جماهير ولاية نيويورك أن (95٪) من الجماهير تكون مهتمة بما تقوله وسائل الإعلام ومدى صدق ذلك أكثر من اهتمامهم بالأزمة نفسها، وكما هو معروف وحسب ما جاء في الأدبيات الخاصة بهذا الموضوع فإنّ هناك ثلاث طرائق شائعة للتعامل مع الأزمة:

1. تجنب الأزمة في المقام الأول (مبدأ الوقاية خير من العلاج).
2. التصدي للأزمة بسرعة ومحاولة إيجاد حلول لمشاكل الأزمة قبل أن تتفاقم .
3. البحث عن طرائق ممكنة لتحويل الأزمة إلى فرص.

فقد بات موضوع التعامل مع الأزمات جدّ مهما بل حتمي، إذ يتطلب من المنظّمة التعرّف المبكّر على المؤشّرات الأوليّة التي تدل عليها قبل حدوثها وجعلها في أتمّ الاستعداد لتوجيه قدراتها وكل إمكاناتها الماديّة والبشريّة نحوّ رصد ما يحصل من تغييرات في بيئتها الخارجية، والتي غالبا ما تتّسم بالتعقيد والتغيير وذلك من خلال تحضير وتعيين فريق عمل مختصّ تتوفر لديه المعلومات الكافية والدقيقة الموثوق بها، والمعدّة بشكل مخطّط والتي تصل إلى متخذيّ القرار في الوقت المناسب.

IV.1 أهمية المعلومة في مرحلة ما قبل الأزمة

تعود أسباب الأزمة فيضانات غرداية 2008م إلى عوامل طبيعية تمثّلت في تساقط كميّات غزيرة من الأمطار على المنطقة وما جاورها من ولايات حيث "بلّغت نسبة التساقط (70 ملم) في الثانية« (رئيس محطة الأرصاد الجوية، مصدر سابق) وإلى عوامل إنسانية كان للمواطن وللسلطات المحليّة يدّ فيها، الأوّل: بناياته العشوائية في وسط الوادي وعلى ضفّتيه، والثاني: بسكوته على مظاهر تضييق المجرى الحقيقي للوادي، الأمر الذي أدى إلى تكرار حدوث الأزمة وبالتالي جعل من عملية احتمالية توقّعها ممكنة، حيث لم يعدّ مشكل فيضانات غرداية بالشيء الجديد على السلطات المحليّة منذ أن نبّه الأجدّاد منذ عقد من الزمن إلى خطورتها، وبخاصة عندما تكررت حالات الدمّار والخراب التي خلفتها فيضانات "مسّاح عزو« سنة (1780م) وفيضانات أكتوبر (1884م) التي أدّت إلى لجوء السكان إلى القصور والمساجد بعد انهيّار أزيد من (300) مسكن في كلّ من بنـّي يزقن والعطف.

وفيضانات 30 سبتمبر 1901م التي أدت إلى هلاك ثلاثة عشر شخصا، وتضرّر العديد من المساكن وإلى انهيّار سدّ أحباس أجديد بواحة غرداية، إلى جانب فيضانات 02 جوان 1991م وما شهدته المنطقة من هلاك لأربعة أشخاص وتضرّر الكثير من البنايات المحاذية لمجرى وادي ميزاب.

انطلاقاً من نتائج الفيضانات المتكرّرة والتي تأكدت أسبابها تاريخيا وعلميا وبطرق تقليدية، بدى جليا أنّ ثمة معلومات وبيانات دقيقة هي بمثابة إشارات إنذار

أولي قدمها خبراء من مديرية الريّ ومختصون في السكن والعمران إلى جانب جماعة أمناء السيل تمّ رفعها بشكل رسمي إلى السلطات المحليّة. أولا: منذ شهر ماي (2000م) في شكل نتائج دراسة قام بها مكتب دراسات سويسري (/ GB) كانت قد أوكلت إليه مهمّة تحديد مسار الوادي وحماية سهل ميزاب من الفيضانات المحتملة، فكان أن تمّت

الإشارة إلى مدى خطورة التزايد المستمر للمنشآت العمرانية على ضفتّيه وكيف عملت على تضييق مجراه الحقيقي. (رئيس مشروع وادي ميزاب. الثلاثاء: 03/ 03/ 2009) ثانيا: "مجموع المراسلات التي بعثت بها جماعة أمنّاء السيل منذ (2004) وإلى غاية حدوث الكارثة، إلى رؤساء البلدّيات والمجالس الولائية المتعاقبين على الإدارة المحليّة وما حوتّه من علامات منبّهة لخطر نزوح السكان وإقامتهم على ضفاف الوادي«(عون أمناء العرش وأمناء السيل، ونائب رئيس هيئة الأعيان، .الأربعاء: 04/ 03/ 2009) إلى جانب "النداءات المتكرّرة بالإسراع إلى توسيع مجرى الوادي والتذكير بها في كلّ الاجتماعات التي كانت تجمع بين المسؤولين والأعيان ورؤساء أحياء البلدّيات" (أمين جماعة أعيان قصر غرداية. الثلاثاء: 03/ 03/ 2009).

رابعا: كما عملت الإذاعة المحليّة لمدينة غرداية - منذ تأسيسها- "على تحسيس المواطنين والمسؤولين بخطورة الوادي خصوصا وأنه يشقّ المنطقة في حدودها الشمالية، فقد تعدّدت البرامج (أكثر من 50 برنامجا) والتحقيقات والروبورتاجات التي تناولت موضوع إعادة الوادي إلى مجراه الحقيقي، وأيضا مسألة تطهيره من النفايات وجثث الحيوانات، وإلى غير ذلك من مسببات التدفّق العشوائي للمياه على المناطق العمرانية." (مدير البرمجة بإذاعة غرداية المحليّة. الأحد 08/ 03/ 2009).

خامسا: حرص مديرية الحماية المدنية على تنبيه وإعلام كل مسؤول محلّي على مستوى منطقته بالمعلومات الخاصة بالكوارث المحتملة، جراء بعض الحالات التي يتمّ رصدها من خلال عمليات إحصاء الأخطار المهدّدة للمنطقة، وهي عمل دوري تقوم به في إطار الإعداد والتحضير لخطة الطوارئ.

هيئة أمناء السيل "إيمناسن": هيئة معروفة في منطقة غرداية بالرصد التقليدي،

أنشئت منذ قرون لمراقبة مجرى سيول الأمطار وحراستها على مدار العام في قمّم الجبال، "يتجاوز عدد أعضاء هيئة أمناء السيل سبعون (70) عضوا ذوو خبرة في معرفة نوعية السُحُب التي تحمل الأمطار، وهم موزّعون على مساحة (300) هكتار تخضع كلها لنظام الريّ التقليدي، مهمتهم مراقبة سيلان الأودية وصيانتها وترميمها وحماية قوانين وَضَعَهَا الأجداد لسلامة توزيع حصّص المياه المعتمدة، يجتمع الأعضاء بعد مشاهدتهم السُحُب المتجمّعة في السماء، ويأخذ كلٌّ مكانه أمام السيل ويتلقون الأوامر بفتح أو غلق أو إنقاص منسوب المياه من أعلى إلى أسفل، تشرف هيئة أمناء السيل على مراقبة سيل وادي مزاب من شماله إلى جنوبه من خلال أبراج مراقبة يرسلون عبرها رسائل إنذار بإطلاق الرصاص أو دخان النار أو بإشعال النار على مسافة تتراوح مابين (20 إلى 30 كلم)، ويُعَدُّ عمل الهيئة - كما كل الهيئات العرفية الأخرى - عملا تطوّعيا لا غير. . " (محمد: 2008). تعدّ هيئة أمناء السيل مركز مراقبة وإنذار مبكر، تعمل ضمن النظام العرفي لبني مزاب تُعْنَى بمراقبة الأودية، وإطلاق إشارات الإنذار المبكر في مرحلة التهديد، أي أنّها تُعْلِم السلطات المحليّة بتهديدات الأودية للمنطقة مع تحديد نوعية الخطر مصدره وطبيعته في وقت يُفْتَرَضُ أنّه مناسب لاتخاذ الإجراءات والتدابير اللازمة لإنقاذ الموقف من احتمالات الوقوع في أزمات حادة، وتنذر المواطنين عبر وسائل تقليدية معروفة (النار، الدخان، وطلقات الرصاص)، إِذَا تَأَكَّدَ الخطر حقًا.

- صاحب الدراسة السويسري Bomani Garden، (اهتمت هذه الدراسة: تطهير وادي ميزاب من النفايات المكدّسة ـ حماية المنطقة من الفيضانات ـ عملية إعداد الحواف على ضفاف الوادي).

كما أنّ "النشرة الخاصة بالأحوال الجويّة التي أرسلتها مصلحة الأرصاد الجوّي إلى والي الولاية ومديريتيّ كلا من الحماية المدنية والإذاعة المحليّة، كانت هي الأخرى قد أشارت إلى وجود اضطرابات جويّة غير عادية على منطقة الساورة "(رئيس مركز الأرصاد الجويّة. الإثنين 02/ 03/ 2009) تبيّن - حسب ما تم عرضه - أنّه كان بالإمكان تجنّب الخسائر الكارثية التي خلفتها أزمة فيضانات غرداية 2008 لو اهتم المسؤولون بالمعلومات الأولية التي وردت إليهم في أشكال مختلفة (صور، بيانات تقارير، إحصائيات، أرقام. . . إلخ)

IV.2 أهمية المعلومة في تفعيل قنوات الاتصال بين السلطات والمواطن أثناء أزمة فيضانات 2008

يتوقف عمل الفريق القائم على تسيير الأزمة وإدارتها على التدفق الكثيف والمستمر للمعلومات من وإلى داخل المنظمة، حيث تساهم هذه الأخيرة على الإجابة على الأسئلة الخمس التي تحيّر جمهور المنظمة في الداخل وفي الخارج، وأكثر من ذلك تقضي على كل ما هو إشاعة وما من شأنه إثارة البلبلة وتأزيم الوضع، لهذا - وفور وقوع الأزمة - سارعت السلطات المحلية والعرفية والمواطنين إلى التكثيف من عمليات الاتصال بغرض إسعاف وإنقاذ ما أمكن إنقاضه، فالأزمة التي تعود حيثياتها إلى مفاجأة فيضانات فجر الـ 01/ 10/ 2008 لسكان ميزاب على الساعة (06:30) وخلفت خسائر وأضرارا فادحة تطلبت تدخلات واتصالات الجميع (المواطنين، السلطات العليا، والمجتمع مدني) وبعد عمليّة التشخيص التي قامت بها لجنة المراقبة تنبّه المسؤولون إلى خطورة الوضع فسارعوا إلى التكثيف من الاتصالات للحصول على المعلومات اللازمة لمعالجة الوضع.

فكان أن أنشئت لأول مرة في تاريخ الكوارث في الجزائر في الـ (08/ 10/ 2008). خلية الإصغاء التي ساعدت كثيرا الأزمة على سهولة تدفق وسير المعلومات بين المواطنين والمسؤولين في الاتجاهين الصاعد والنازل، وفي نفس الوقت بين مسؤولي مختلف مؤسسات وهياكل الدولة في الاتجاه الأفقي"، (ملحق رئيس ديوان والي ولاية غرداية. السبت 14/ 03/ 2009) الأمر الذي مكّن من توفير المعطيات اللازمة لتحرّك الجهات المعنية من أجل تلبية احتياجات وطلبات المنكوبين والمتضررين، فقد كانت هذه الخلية على اتصال مباشر من جهة بممثليّ تلك المقاييس، ومن جهة أخرى بالمواطنين، حيث "وضع خط أخضر (577) تحت تصرّف وخدمة المواطن" (نفس المصدر) الذي استفاد من خدماته السريعة حيث ربطه مباشرة بالخلية، بالإضافة إلى ذلك تمّ فتح مكاتب خاصة على مستوى كل البلديات المتضررة مزودة بسجيلات وضعت هي الأخرى تحت تصرفه (المواطن) بغرض تدوين الأضرار والخسائر التي مسته وكل ما يلزمه من احتياجات.

تمثل عمل خلية الإصغاء في تصنيف المعلومات الحرفية الواردة من قبل اللجان

المخصّصة لذلك، ثم تحويلها إلى بيانات رقمية تسلم باستمرار إلى ممثلي المقاييس في خلية الأزمة كل حسب اهتمامه لدراسة سبل تقديم الخدمة وتغطية الاحتياجات بإعطاء الإشارة إلى المؤسسات والجهات المعنية بذلك لتزويد البلديات المتضررة كلّ حسب الكمّ والنوع، والسهر على إيصالها إلى المواطن بغرض الحدّ من تصاعد وتأزّم الأوضاع لديه.

لم يتوقف الاعتماد على هذه الخلية فقط في تفعيل قنوات الاتصال بين السلطات المحلية والمواطن أثناء أزمة فيضانات غرداية 2008، بل تطلبت عملية السيطرة على الوضع تدخلات استثنائية أخرى كالمساجد التي لبى أئمتها نداء السلطات المحلية وأعيان المنطقة بمدّ يدّ العون والمساعدة في بثّ روح التضامن والتعاون بين المواطنين وحثّهم على مساندة بعضهم البعض، وترك الأولوية للأفراد المنكوبين، فقد "أدى المجتمع المحلي - بحكم تقاليده ونزعته الدينية - دورا أساسيا في معالجة الأزمة، حيث كان لأعيان المنطقة ورؤساء الأحياء والجمعيات يدّا كبرى في عملية نقل المعلومة وربط الاتصال بين المواطنين ومسؤوليهم. فقد سهّلت العلاقات الاجتماعية التي تربط بين أفراد المجتمع الميزابي وساهمت طبيعته المهيكلة والمتلاحمة، جراء صلات القرابة والنسب التي يتميّز بها أفراده عن باقي أفراد المجتمع الجزائري في السير الحسن والجيد للمعلومات»(نائب رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية غرداية) الأمر الذي أدى بالسلطات المحلية ـ منذ الوهلة الأولى إلى الاستنجاد بمثليهم من الأعيان ورؤساء الأحياء والمجالس العائلية، من أجل تفعيل قنوات التواصل ومدّها بينها وبين المواطنين الذين اعتادوا التواصل مع الهيئات التي تمثلهم في نظامهم الاجتماعي الخاص.

وساهمت الإذاعة المحليّة لولاية غرداية، - كهيكل من هياكل الدولة، وكمؤسسة إعلامية - في معالجة الوضع، وذلك من خلال "بث نداءات الحيطة والحذر وتجنّب العودة إلى المنازل، والمرور أو الاقتراب من الأودية والشعاب والقناطر والممرات الصعبة" (مدير إذاعة غرداية المحليّة. الأحد 08/ 03/ 2009) لأنّ مياه السيل كانت تتدفق بقوة (1250) لتر/الثانية وتجرف كل ما كان يقف في طريقها، كما أنّها أتلفت العديد من البيوت والمنشآت كالمعابر والممرات والقناطر التي "لم تعد صالحة للاستعمال، بل أصبحت تهدّد سلامة المواطنين، نظرا لتآكل

قاعدتها بفعل قوة المياه المتدفقة" (مدير البرمجة بإذاعة غرداية المحليّة)، الأمر الذي تأكد للعيان خصوصا بعد سقوط قنطرة داوود. لم تتوقف إذاعة غرداية المحليّة عن الاتصال بالمسؤولين المحليين على مستوى خليّة الأزمة الولائية والوطنية لنقل تدخلاتهم، وتصريحاتهم وأهمّ قراراتهم سواء على الهواء مباشرة أو في أشكال برامج مسجلة، بغرض طمأنة المواطنين الذين انتابتهم حالات الخوف والهلع، ولم تتوان عن نقل انشغالاتهم واحتياجاتهم إلى الجهات المعنية فقد تمّ استضافة:

- "خبراء سونا لغاز، لطمأنة المواطنين بعودة الغاز والكهرباء،
- خبراء شبكة الاتصالات، لطمأنة المواطنين بعمل الشبكة الهاتفية،
- أخصائيين نفسانيين للتكفل بالمتضرّرين،
- خبراء البناء والتعمير المبعوثين من مختلف الولايات، لشرح حالة المنشئات السكنية
- شخصيات وطنية ومحليّة داعمة لسكان المنطقة، لإبراز مدى التعاون والتضامن معهم
- لجان الأحياء المتضرّرة، لتقديم نداءات التضامن معهم" (المصدر نفسه)

كما عملت طيلة الأزمة، على إبقاء البثّ مفتوحا 24/24 للإطلاع على آخر التطوّرات وإبلاغها في حينها للمستمع والقنوات الإذاعية الوطنية، إلى جانب فتحها لأستوديو خاص لمراسلي الإذاعات ومبعوثيها، إذ "سهّل نزول الصحفيين إلى الميدان واستجوابهم المتضررين، بل ومعايشتهم الوضع لحظة بلحظة، من عمليّة نقل المعلومات من القاعدة إلى القمّة"، (مدير الإذاعة المحلية. مصدر سابق) حيث زوّد الإعداد المستمر للمواجيز والنشرات الإخبارية المفصّلة عند كلّ رأس ساعة، والتحقيقات والريبورتاجات الصحفية الميدانية باللغتين العربية والميزابية على المسؤولين والمواطنين فهم حيثيات الأزمة التي أصابت المنطقة، الأمر الذي زاد من مظاهر التكافل والتضامن لدى المواطنين من كل الشرائح والمستويات من داخل وخارج الولاية.

IV.3 أهمية المعلومة في مرحلة ما بعد الأزمة (الطرق النموذجية في العمل)

عادة، وبعد الخروج من مرحلة الأزمة الحادة، تسارع المنظمة إلى تقييم أعمالها

وأنشطتها الاتصالية وكيفية تجاوب جمهورها معها، حيث تتعامل من خلال المعلومات والأرقام والمعطيات التي بحوزتها مع شكاويه لتتبنى قضاياه، ففي حالة أزمة الفيضانات التي ألمت بمنطقة غرداية، كثّفت السلطات المحليّة من اتصالاتها بالمواطن وحاولت قدر المستطاع التقرّب منه أكثر للتزوّد بالمعلومات التي من خلالها تتمكن من تعويض خسائره، "فكان الاستماع للمواطن وتحديد وإحصاء خسائره، من الأولويات التي شغلت بال المسؤولين" (نفس المصدر) الأمر الذي أدى بخليّة الأزمة إلى التواصل مباشرة مع المواطن عبر خليّة الإصغاء التي وضعت تحت تصرفه رقما أخضرا (577) وسجلات على مستوى البلديات المتضرّرة، لإحصاء خسائره بغرض التعويض.

واستفادت خلية الأزمة كثيرا من تعاون الهيئات العرفية والجمعيات ورؤساء الأحياء معها في التعرف على المتضررين الحقيقيين، لأنّ المواطن لم يكن في البداية راض عن العملية التي شرعت فيها لجنة (C.T.C لجنة المراقبة التقنية)، التي كلّفت بمعاينة وتصنيف المنازل المتضرّرة، وتحديد نسبة الضرر بها، حيث انتابت المواطن حالات الشك والخوف من حرمانه من التعويضات، الأمر الذي أدى بخليّة الأزمة إلى دعم علاقاتها مع وسائل الإعلام، لإبراز الجانب الإنساني في أنشطة المسؤولين.

فقد واصلت البرامج التلفزيونية والإذاعية المباشرة والمسجلة، "إبراز إيجابيات تدخل السلطات باستجواب المستفيدين من خدمات التعويضات التي منحتها الدولة وبمرافقة المسؤولين خلال كلّ أنشطتهم". (التلفزة الوطنية. يوم 21/ 11/ 2008) كما لم تتوان الخلية من خلال تقارير رؤساء البلديات ومدراء مؤسسات وهياكل الدولة عن تقييم أنشطتها الاتصالية عبر مراحل الأزمة، وعن دراسة النقائص التي تميّزت بها حيث استدركت مديرية الحماية المدنية أخطاءها، من خلال "غرق وحدتها الموجودة على الضفة الشرقية من الوادي والتي حالت دون إنقاذ المنكوبين على الضفتين، (مدير الحماية المدنية. السبت 14/ 03/ 2009)" لهذا، ومن أجل تفادي مثل هذا الخطأ شرعت الحماية المدنية - "بالإضافة إلى الوحدتين المركزية والثانوية - في إنشاء وحدة ثالثة على الضفة الغربية من الوادي". (المصدر نفسه)

تأكد الأمر "بضرورة تزويد مديرية الحماية المدنية بالمنطقة، (بطائرة

الهليكوبتر)" (المصدر نفسه) نظرا لطبيعة المنطقة الوعّرة، ولتقسيم الوادي للمنطقة إلى قسمين غربي وشرقي، الأمر استدعى الاستنجاد بوحدات الجيش الوطني الشعبي التي كانت تدخلت بأربع طائرات مروحيّة ساهمت بقوّة في عمليات انتشال الجثث وإنقاذ الغرقى، كذلك تفطنت بلدية العطف إلى "خطأ إقامة حظيرة العتاد بوسط الوادي" (نائب رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية العطف. الأربعاء 11/ 03/ 2009) الأمر الذي جعلها تعجز عن استعمال آلياتها أثناء الأزمة، مما تطلب استنجادها هي الأخريبآليات الجيش الوطني الشعبي وبعض الخواص لإزالة الأوحال والأتربة من على الطرقات وامتصاص المياه من أقبية البيوت والمحلاّت التجارية.

تيّقن رؤساء البلديات هم الآخرون من "إجبارية إعادة تجديد خطّة الطوارئ التي ظلّت حبرا على ورق" (رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية سبسب. الثلاثاء،10/ 03/ 2009) حيث أثبتت أزمة فيضانات 01/ 10/ 2008 عجزا كليا للسلطات المحليّة في الوقوف في وجهها، رغم ما مرّت به المنطقة من تجارب سابقة، كما تأكد للسلطات المحليّة ضرورة تطبيق قرارات منع البناء على ضفاف الوادي والتضييق العمراني عليه، حيث تحوّل عرضه، بالإضافة إلى مساحة الضفتين من (80 متر) إلى أقل من (60 متر)، الشيء الذي تسبّب في تحولّه باتجاه المناطق العمرانية، وأيضا من "ضرورة تمديد علو حوافه إلى أكثر من (10 أمتار) لتجنّب مخاطر قوّة تدفّق المياه" (رئيس مشروع وادي ميزاب، مصدر سابق)، وهذا ما شرع العمل به - حقا - بعد شهر من وقوع الكارثة.

نتائج الدراسة وتحليلها:

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة، تسليط الضوء على دور المعلومة في إدارة أزمة غرداية (2008) وكيفية تعامل السلطات المحلية والعرفية في المنطقة، مع احتياجات وسائل الإعلام والجماهير ذات العلاقة المباشرة بالإدارة المحلية حيث تبيّن:

- أنّ ثمة معلومات وردت من طرف (مديريات: الحماية المدنية، الأرصاد الجوية، الإذاعة المحليّة، ومكتب الدراسات السويسري والهيئة العرفية لأمناء السيل)، إلى المسؤولين في مرحلة ما قبل الأزمة وكانت واضحة ودقيقة، وأكثر من ذلك وصلت في وقت جد مبكر وجد مهم كان بالإمكان التحضير والتخطيط

لتصدي ومواجهة أزمة الفياضانات وتفادي الخسائر البشرية التي نتجت عنها، غير أنّ إهمال التعامل معها وتجاهل أهميتها من طرف المستقبل (المسؤولين) حال دون مواجهة التهديدات التي كانت قد لاحت في الأفق.

والتي ساعد عامل التكرار فيها على إمكانية التنبؤ بها ما يعني ويؤكد أن السلطات المحلية لم تهتم أبدا باليقظة الاستراتيجية ولم تعرها أي اهتمام.

- وتبعا لما أكده عالم الاتصال «شانون» في نموذجه، (تشويش الرسالة)، تكون الرسالة قد تعرضت لعملية التشويش بسبب إحدى النقاط الثلاث الآتية:

- كون الرسالة غير مدعّمة بالحجج والأدلّة.
- عدم تحويل الرسالة إلى المسئولين المعنيين بالأمر بسبب البيروقراطية.
- إهمال الرسالة وعدم أخذها بجديّة لعدم كفاءة المسئولين أو لتباين ثقافتهم الاتصالية مع تلك التي يتميّز بها أهل المنطقة.

- وبالرجوع إلى أسس ومبادئ إدارة الأزمات يظهر أنّ إهمال استمرارية وجود خليّة أزمة أو متابعة مستمرة على مستوى المنظّمة (الإدارة المحليّة)، تعنى بدراسة وتحليل المعلومات الواردة إليها من خلال توصيات مؤسسات الرقابة الرسمية والعرفية أثّر بدرجة كبيرة على تفعيل قنوات الاتصال التي غاب فيها القائم بالاتصال لدى السلطات المحلية (الإدارة المحليّة)، لأنّ دوره مرتبط - في هذه الحالة - بسياسة الفعل وردّ الفعل التي من خلالها كان بإمكان السلطات المحليّة تجنّب الكمّ الهائل الذي كان في الخسائر البشرية والمادية التي سجلت أثناء الفيضانات ومنه تجنب الأزمة التي أنتجتها، الأمر الذي يفسّر عدم اهتمام الإدارة المحليّة بسياسة التخطيط المستقبلي لمواجهة الأزمات المحتملة.

ويؤكد عدم وجود أي يقظة استراتيجية رغم معرفتها وتمكنها من كل المعلومات الأولية الكاشفة للأخطار المهدّدة للمنطقة. وبهاتين النتيجتين تكون الدراسة قد أجابت على السؤال الأول وأكدت صحة الفرضيتين (الأولى/ الثانية) كانت الإجابة على السؤال الثاني كالآتي:

- لا يعني إهمال مرحلة ما قبل الأزمة إهمال مرحلة الأزمة أيضا، فرغم

سلبيات هذه المرحلة بدت بعض الإيجابيات في المرحلة الموالية، حيث عملت الإدارة المحليّة من خلال خليّتي أزمة ولائية ووطنية - كانتا تعملان في تلك الأثناء بالتنسيق مع خليّة أزمة ثالثة تابعة للهيئة العرفية لبني ميزاب - بمبدأ التصدّي للأزمة بسرعة ومحاولة إيجاد الحلول لمشاكلها قبل أن تتفاقم، وذلك من خلال إستغلال المعلومات الواردة إليها في تفعيل كل قنوات الاتصال بما فيها وسائل الإعلام التي عملت كل تلك الفترة على نقل انشغالات المواطنين واستجابة المسؤولين لها، إذ تلقت الرسائل الموجّهة من السلطات المحلية إلى المواطنين في اتجاه نازل رجع صدى قوي من طرف مستقبليها (المتضرّرين).

- كما تأكد أنّ غياب الاتصال النازل في الإدارة الجزائرية قد أثر سلبا على سير المعلومة بين القمة والقاعدة الأمر الذي حال في نفس الوقت دون تضامن سكان المنطقة مع السلطات المحليّة، التي سارعت إلى الاستنجاد بالمجتمع المدني (أعيان، جمعيات. . .)، وإلى الإسراع إلى إنشاء خلية إصغاء على مستوى البلديات التسع المتضررة لتفادي أي تصاعد للأوضاع في المنطقة.

- أنّ تباين ثقافة المسؤولين والقائمين على الاتصال مع ثقافة أهل منطقة غرداية، حال دون فهم ومعالجة المعلومات الواردة إليهم في شكل احتياجات وانشغالات المواطنين بها، وهذا ما لمسناه عند لجوء الإدارة المحلية بل استنجادها بأعيان المنطقة الذين شكلوا خلية أزمة موازية لخلية الأزمة الولائية، عملوا من خلالها على تفعيل عملية الاتصال في الاتجاهين الصاعد والنازل، بغرض امتصاص غضب السكان وعزوفهم عن التعاون والتكافل مع السلطات المحلية لمجابهة الوضع.

- من جهة أخرى جاءت الإجابة على السؤال الثالث من الدراسة بالتأكُّد من أنّ كل من السلطات العمومية والهيئة العرفية لبني ميزاب قد تيقن من ضرورة الاستفادة من نتائج الأزمة في إصلاح الأمور الضرورية في المنطقة كبناء حواف الوادي وترحيل السكان من على ضفافه وتزويد الحماية المدنية بطائرة الهيليكوبتير والشروع في إنشاء مركزا آخر في الضفّة الأخرى من الوادي.

الخاتمـــة

مما سبق ذكره، تتضّح لنا جليا الأهمية الكبرى والمكانة التي تحتلها المعلومة في إدارة وتسيير الأزمات، فهي ليست مهمة ومفيدة في خدمة الإنتاج الاقتصادي

والسياسي والعسكري وو. . . وإنّما هي مهمة لكل المنظّمات في أوقات الطوارئ والأزمات، فقط تحتاج إلى من يهتم بها ويتابع استمرارية تدفقها، لذا توصي الدراسة الجهات المعنيّة بتسير شؤون الجماهير (الداخلية/ الخارجية) في جميع المنظّمات على اختلاف وتنوّع طبيعتها ومهامها بالآتي:

- بضرورة تحرّر الإدارة الجزائرية من عقدة الاتصال الصاعد فقط، وإجبارية مدّ جسور التواصل بتفعيل العملية الاتصالية في الاتجاهين - الصاعد والنازل - وغضّ النظر عن سياسة التجاهل والتهميش التي طالت المعلومة والقائمين عليها، لتفادي غضب الجمهور وعزوفه عن التعامل والتواصل معها أوقات الكوارث والأزمات، وتحقيق نوع من التكامل للتصدي لها في الوقت المناسب.

كما يجب إجراء استطلاعات للرأي العام التفاعلي والفوري، لتمكين المواطن من تقديم إجاباته وآرائه وإلغاء كل الحواجز والمعوقات التي تحول دون جمع المعلومات عن الجماهير، فالجمهور لم يعد ساذجا تنطلي عليه الدعاية الفجّة أو مجبرا على التعامل مع المصالح الإدارية المختلفة خاصة في منطقة كمنطقة غرداية.

- إعادة النظر في اختيار وتعيين مسؤولي المنطقة الذين يُفترض أن يكونوا من أهلها لأنّهم أدرى بشؤونها وخباياها أكثر من أيّ آخر، كما يستلزم الأمر عدم تجاهل الهيئات العرفية، وقدرتها على تحقيق الاتصال بين الإدارة والمواطنين، وهذا ليس أوقات الأزمات فقط، بل في كل الأوقات ـ خصوصا والمنطقة تميّزها خصائص اجتماعية وثقافية معيّنة.

- التخلّي عن النظرة القاصرة والمقزّمة لطبيعة عمل العلاقات العامة وللمشتغلين بها خصوصا وأنّها أصبحت علما دقيقا ومعقدا لا مجال فيه للارتجال، مع ضرورة تقويم قدرة ممارسيها في تأطير مضامين وسائل الإعلام فيما يتعلق بالأزمة التي تكون فيها الإدارة معنية بالتدخل، مع زيادة إمكانات المكلفين بالاتصال على بناء علاقات مع الجماهير المعنية، مع ضرورة التعرف على اهتماماتهم المختلفة وتحديد خصائصهم وأسلوب تفكيرهم والدوافع التي تفسّر سلوكهم (احتجاجات، إضراب، تأييد ومساندة . . .).

وذلك بالاستفادة من التكنولوجيا الحديثة والوسائط الإعلامية المختلفة لتيسير

القدرة على الوصول إلى الجماهير بسرعة وفي الوقت المناسب. لأنّ جهاز العلاقات العامة ليس مجرد تجمّع بشري غير هادف، بل حشد بإمكانيات بشرية ومادية وفنّية من نوعية خاصة ومنظّمة بطريقة هادفة لتحقيق وظائف محددة.

- إنشاء ما يسمى بجهاز أو بمصلحة أو بإدارة الأزمة أو إدارة المفاجآت أو الطوارئ مستقبلا، لمتابعة وضمان استمرارية متابعة المعلومات التي تنبئ بما يمكن أن يقع، مع التركيز على تدريب أعضاء ها والحرص على اختيار الأنسب والأكفأ منهم لتكليفهم بهذه المهمّة، وتزويدها بأحدث تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بغرض تسهيل مهماها.

مراجع البحث السادس عشر

قائمة المراجع باللّغة العربية:

عبد الله العلي، أ. (2001)، مدخل إلى علم المكتبات والمعلومات. دار الكتاب الحديث، القاهرة.

بدوي، أ. (1982)، معجم العلوم الاجتماعية. مكتبة لبنان، لبنان.

عماد مكاوي، ح. (2005)، الإعلام ومعالجة الأزمات. (ط:1)، الدار المصرية اللبنانية، مصر.

محمد شعبان، ح. (2005)، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر .

حسين، ع.(2001)، إدارة الأزمات، علم التحدّيات، الحرس الكويبي.

صلاح سالم، م. (2002)، العصر الرقمي وثورة المعلومات، (ط:1)، مركز عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة.

عبد الهادي، م. (1996) علم المكتبات والمعلومات، دراسة في المؤسسات والإعلام الفكري، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة.

شومان، م. (2007)، الإعلام والأزمات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع،

عبوي، ز. إدارة الأزمات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، .

أبو قحف، ع. (2009)، إدارة الأعمال مدخل بناء المهارات، ط:2، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

الأفندي، ع. (1995)، نظم المعلومات وأثرها في التخطيط لتنمية المجتمعات المحليّة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة .

سالم، ش. (2001)، نطم المعلومات والحاسب الإلكتروني، مركز الإسكندرية للوثائق الثقافية والمكتبات، الإسكندرية.

محمد السالم، س. (2005)، صناعة المعلومات في المملكة العربية السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الأولى، الرياض.

عبد المنعم مبارك، ص. (2002)، اقتصاديات نظم المعلومات المحاسبة، درا الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية.

علي فرحان، ف. (2005)، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، مصر.

زكريا حسين الوردي، المعلومات والمجتمع، د.ط، د.م.ن.

نصر مهنا، م.(2008)، إدارة الأزمات والكوارث،دار المكتب الجامعي الحديث، أسيوط.

فتحي عبد الهادي، م. (1996) علم المكتبات والمعلومات، دراسة في المؤسسات والإعلام والإنتاج الفكري، (ط1)، مكتبة الدار العربية للكتابة، القاهرة.

محمد علي برغوت، "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الجامعية«، (المؤتمر السنوي السابع لإدارة الأزمات والكوارث)، القاهرة، 2003

هدير، م. (2004/ 2005)، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة الأزمات مع الإشارة إلى أزمة القبائل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، .

مركز دراسات بيمك، (2004). إدارة الأزمات، التخطيط لما قد لا يحدث، ط:2، سلسلة إصدارات بيمك القاهرة.

عبد الجواد حميد، (2012)، المعلومة الأمنية في ضوء الشريعة الإسلامية وأثرها في تحقيق الأمن، رسالة ماجستير، جامعة غزّة، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن.

عالية عبد المجيد عارف، "إدارة الأزمة - المفهوم والاستراتيجيات مع تقييم الإدارة المصرية لأزمة أنفلوزة الطيور"، مجلّة النهضة، المجلد التاسع، العدد الثالث، 2008.

مراجع باللّغة الأجنبية:

BOUZAR , A.(2006), " Gestion De Crises Et Défense Civile", Pour un débat citoyen sur la défense civile, 3emes journées d?étude parlementaires sur la défense nationale, Conseil de la Nation , Alger , 25-26 et 27 février.

Balle, F.(1998), Dictionnaire des Medias, La Rousse, Paris.

Lagadec, P.(1996), Cellule de Crise Piege de Base, Edition d`Organisation ,Paris.

Guern, P, et Lecaplain, P. (2007), Communiquer Avec La Presse, Maxima, Paris.

Lesca, N. (2002), Construction du sens - le cas de la veille tragique et de l'exploitation collective des signes d`alerte précoce, Thèse doctorat en science de gestion, Paris.

La table ronde. (2008), La Gestion des Crise et des Situations d'Urgence , Un Guide Pour Les Gestionnaires de La Fonction Publique du Canada.

المقابــلات:

مقابلة مع السيّد ميسوم بن ريطب (رئيس مشروع وادي ميزاب)، الثلاثاء 03/ 03/ 2009، على الساعة 15:00، بمكتبه بمديرية الري بغرداية.

مقابلة مع السيد علوط عمر، (عون أمناء العرش وأمناء السيل، ونائب رئيس هيئة الأعيان)، الأربعاء 04/ 03/ 2009، على الساعة 12:00،بمكتب السيّد ابراهيم الحاج داوود جعدي ببلغنّم.

مقابلة مع السيّد سالمي عبد القادر (رئيس مركز الأرصاد الجويّة)، الإثنين02/ 03/ 2009، على الساعة 14:00 بمكتبه بمحطّة الأرصاد الجويّة لولاية غرداية.

مقابلة مع السيّد إبراهيم بن الحاج داوود جعدي (أمين جماعة أعيان قصر غرداية)، الثلاثاء 03/ 03/ 2009، بمكتبه ببلغنّم، على الساعة 11:30.

مقابلة مع السيّد بهناس مختار، (مدير البرمجة بإذاعة غرداية المحليّة)، الأحد 08/ 03/ 2009، على الساعة 11:00 بمكتبه بمقر الإذاعة.

مقابلة مع السيّد بركلي خضير بن احمد، (نائب رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية العطف)، الأربعاء 11/ 03/ 2009، على الساعة 09:00، بمكتبه بمقر البلدية.

مقابلة مع رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية سبسب، الثلاثاء، 10 / 03/ 2009 على الساعة 10:00 بمكتبه بمقرّ البلدي.

مقابلة مع السيّد العابد عابد (ملحق رئيس ديوان والي ولاية غرداية)، السبت 14/ 03/ 2009 على الساعة 14:00، بمكتبه بمقرّ الولاية.

مقابلة مع العقيد بوغنام بوعلام، مدير الحماية المدنية، السبت 14/ 03/ 2009، على الساعة 11:45، بمكتبه بمقرّ بمديرية الحماية المدنية.

مقابلة مع سيد أحمد قرني، صحفي بالإذاعة المحلية لولاية غرداية، يوم 26/ 03/ 2009، بمقر الإذاعة بغرداية.

17

البحث السابع عشر

ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية

أثناء حرب الرصاص المصبوب

(2008-2009)

أ. فطيمة بوهاني
كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء الحروب وقد تم اختيار عدوان الرصاص المصبوب على غزة في العام 2008–2009 كنموذج لمعرفة كيفية استخدام الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية سواء كان ذلك على الجبهة الداخلية والتي تستهدف المجتمع الإسرائيلي، أو الجبهة الخارجية والتي تستهدف بشكل أساسي الفلسطينيين الذين تعرضوا للحرب العسكرية والنفسية.

واختيرت عينة الدراسة من الصحف اليومية الإسرائيلية الثلاثة (معاريف، هآرتس، ويديعوت احرونوت) كما أجريت الدراسة على المقالات الافتتاحية، المقالات التحليلية، ومقالات الرأي في هذه الصحف باستخدام منهج تحليل الخطاب والاعتماد على أداتي تحليل مسار البرهنة والتحليل الكامن.

وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة الإسرائيلية لعبت دوراً هاماً في الحرب النفسية على الجبهة الداخلية والخارجية، فعلى صعيد الجبهة الداخلية صورت قوة الجيش وعظمته في ردع الطرف الفلسطيني، وقدمت لنفسها كافة التبريرات لعمليات القتل والمجازر التي ارتكبت بحق المدنيين الفلسطينيين، وهدم المساجد والبوت واستهداف المؤسسات الدولية، كما عملت على رفع الروح المعنوية للمجتمع الإسرائيلي، وانسجمت مع الحكومة في كافة الخطوات العسكرية أو السياسية، كما صورت الجيش بأنه جيش أخلاقي يقود معركة فرضت عليه، وعملت على إبراز إسرائيل في دور الضحية التي تدافع عن نفسها ضد جماعة إرهابية.

وعلى صعيد الفلسطينيين عملت الصحافة على تشويه الخصم من خلال إظهار حركة حماس كحركة إرهابية متطرفة وحمّلتها مسئولية الحرب على غزة، وأرسلت رسائل للمجتمع الفلسطيني بأن المشكلة مع حماس وليست معكم، كما روجت لهروب قيادات حماس من المعركة والاختباء بين المدنيين وفي المستشفيات.

البحث السابع عشر

ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء حرب الرصاص المصبوب (2008-2009)

أولاً: الخطة المنهجية للدراسة

1 . المقدمة :

يلعب الإعلام دوراً هاماً في الحرب النفسية في الصراعات بين الدول وأصبح أحد أهم الأدوات الميسورة للحرب النفسية، حيث الاستخدام المنظم لوسائله ومواده للتأثير على قناعات الطرف المستهدف، دون تجاوز استخدامات القوة العسكرية والإمكانيات الاقتصادية والتحركات السياسية وغيرها، لكن الإعلام يتميز عن كل تلك الأدوات كونه القاسم المشترك لها جميعاً والناقل الأساس لأهدافها وتوجهاتها في التأثير على الطرف المستهدف، فهو الذي ينقل الأخبار العسكرية وتفاصيل الحروب ويرفع المعنويات أو يضعفها، وكما يؤثر في نقل واقع معركة فيمكن أن يقلل من قيمة انتصار عسكري حصل بالفعل، أو يزيد من وقع خسارة لم تكن كبيرة في الواقع بغية تكوين حالة إحباط مؤلمة،كما يلعب الإعلام دور التهويل في أثر حصار اقتصادي ويضخم من القدرة الدبلوماسية لدولة معينة.

لذلك تسخر الدول الوسائل الإعلامية في شن الحروب النفسية على العدو أو من أجل تهيئة الجبهة الداخلية، ولعل الاحتلال الإسرائيلي يسخر العديد من الإمكانيات الإعلامية في رسم صورة ذهنية لدى الجمهور الإسرائيلي والجمهور العربي عن قيمه الديمقراطية وقوته العسكرية.

فهو جسم غريب على المنطقة العربية قائم على القوة العسكرية الاحتلالية بعد

سلبه أرض الفلسطينيين، فيحاول دائماً استخدام الصحافة في شن الحروب النفسية، وتخضع الصحافة الإسرائيلية للرقابة العسكرية من وزارة الدفاع الإسرائيلية. ومنذ أن نشأت الصحافة الإسرائيلية وهي تلعب دور المساند لقوات الاحتلال الإسرائيلي في قرع طبول الحرب أو تهيئة الرأي العام الداخلي لها كما تعمل على تعزيز قوة الردع لجيش الاحتلال الإسرائيلي في نظر الجمهور الداخلي الإسرائيلي والجمهور الخارجي العربي وهي تخضع في الحروب إلى الرقابة العسكرية.

2. الدراسات السابقة:

دراسة بعنوان مركزات وأساليب الدعاية الإسرائيلية في إذاعة صوت إسرائيل: (المطيري، 2000).

هدفت الدراسة إلى التعرف على التكامل بين المفاهيم الأيدولوجية والدعاية السياسية في نشرات الأخبار في الإذاعة الإسرائيلية من عام 1999 إلى عام 2000،وقدمت تعريفاً للخطاب الإسرائيلي بأنه خطاب برغماتي ويسعى لتحقيق مكاسب وقتية تعبر عنها تلك الحالة السياسية التي عاشتها وتعيشها الأراضي الفلسطينية عام 67 وعام 48 من مشروعات تحاورية ومشاريع التفاوض إبان مفاوضات كامب ديفيد وإلى الآن، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون لنشرات الأخبار، وخلصت الدارسة إلى أن الخطاب الإخباري الإسرائيلي لا يعتمد على المصطلحات الأيدولوجية بنسبة 67٪ ويعتمد عليها بنسبة 33٪،وأكدت الدراسة أن الدعاية الإسرائيلية تعتمد بدرجة كبيرة على الألفاظ العاطفية في توجهها للجمهور العربي حيث توصل أيضاً إلى أن إذاعة صوت إسرائيل يوجد بها العديد من التناقضات والفوضوية، وأن العلاقة بين الفكر الأيديولوجي والفكر الدعائي على مستوى المضامين الإخبارية في الإذاعة تبنى على التساند الضعيف والعلاقة الواهنة.

دراسة بعنوان (الحرب النفسية في إسرائيل ودور الإعلام) (شليفر، 2003)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في الحرب النفسية والصراعات بين الدول والمجتمعات،وقد تناولت مفهوم الحرب النفسية وكيفية استخدام المعلومات الاستراتيجية في الحرب النفسية والعناصر الأساسية للحرب النفسية،

وتطبيق مبادئ الحرب النفسية من قبل الفلسطينيين وحزب الله،ونشاطات أجهزة الإعلام في إسرائيل ومفهوم الإعلام إسرائيلياً بشكل تحليل تنظيمي وتصوري، وقد خلصت الدراسة إلى وجود ثغرات وفجوات في الإعلام الإسرائيلي حالت دون توضيح وجهة النظر الإسرائيلية في الحرب الدائرة في الضفة الغربية وقطاع غزة ضد الفلسطينيين،الأمر الذي أدى إلى شجب وإدانة واستنكار تعرضت له إسرائيل في حين حصد الفلسطينيون و نتيجة لتفوقهم الإعلامي التضامن العام، وإن انحياز الرأي العام العالمي إلى الجانب الفلسطيني نجم عن ضعف الإعلام والحرب النفسية في إسرائيل.

دراسة بعنوان "وسائل الإعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة والتصدي لها" : (عباس، 2005).

هدفت الدراسة إلى التعرف على وسائل الإعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة في فلسطين والتعرف على أساليب الحرب النفسية فيها، وقد خلصت الدراسة بأن وسائل الإعلام الصهيونية هي الأداة الأهم في الحرب النفسية ضد الشعب الفلسطيني والدعوة والمقاومة والتي تهدف إلى هزيمته النفسية والعملية.

دراسة بعنوان - معالجة الصحافة الإسرائيلية للحرب على لبنان 2006 - دراسة تحليلية مقارنة من الصحف اليومية (فياض، 2010).

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف العبرية اليومية الثلاثة (هآرتس، يديعوت احرونوت، معاريف) للحرب على لبنان عام 2006 ،وبحثت طبيعة المعالجة من خلال تحليل المضمون للكشف عن نوعية القضايا التي حظيت باهتمام الصحف الإسرائيلية الثلاثة والأهداف الرئيسية من وراء تغطيتها، ومعرفة مدى التزام الصحف الثلاثة بآداب وأخلاق المهنة، وتوجهاتها نحو قضايا ومحاور الحرب المطروحة وسبيل معالجتها والأشكال الصحفية ووسائل الإبراز المستخدمة والمصادر.

وقد خلصت الدراسة إلى أن القضايا العسكرية احتلت المرتبة الأولى من بين قضايا الحرب التي عالجتها الصحف الثلاثة، وأن الخبر الصحفي كان في المرتبة

الأولى لتغطية الصحف، وكانت أهم المصادر التي استقت منها الصحف الإسرائيلية معلوماتها عن الحرب مصادر خاصة، وأن أساليب الإقناع في عرض الحرب جاءت عاطفية، كما احتل الخبر الصحفي الترتيب الأول بين الفنون الصحفية.

دراسة بعنوان (تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة) 2008-2009 دراسة تحليلية مقارنة (عدوان، 2012).

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف الإسرائيلية الثلاثة (هآرتس، يديعوت احرونوت، معاريف) للحرب على غزة 2008-2009، وقراءة وتحليل أهدافها والكشف عن القضايا التي تناولتها الصحف ومستوياتها في التغطية والتعرف على الفئات والمصادر الصحفية والفنون المتبعة، وأهم الموضوعات التي ركزت عليها الصحف الإسرائيلية أثناء الحرب، والمقارنة بين الصحف الثلاثة في معالجتها للقضايا ومدى تأييدها للحرب.

وخلصت الدراسة إلى أنه لا يوجد أي اختلاف بين تغطية الصحف الثلاثة للحرب على غزة وأن التوجه العام للصحف كان مؤيداً للحرب، وأن الصحف لعبت دوراً تعبوياً كامتداد للمؤسسة العسكرية، وأن الصحف اتبعت نفس السياسة الإعلامية التي تقوم على التضليل والتعتيم التام على مجريات الحرب على غزة تجاه الرأي العام الداخلي الإسرائيلي.

كتاب بعنوان "الحرب النفسية" (سيمسم، 2005)

يتطرق الكتاب إلى تأصيل ظاهرة الحرب النفسية من خلال الحديث عن مفاهيم الحرب النفسية وسرد لتاريخ الحرب النفسية والحضارات القديمة، كما يبرز أساليب الحرب النفسية وهي الدعاية والإشاعة والإرهاب السياسي وغسيل الدماغ والتحويل العقائدي والتسميم السياسي والحرب الاقتصادية، كما ويقدم الكتاب ثلاثة نماذج للحرب النفسية وهي عبارة عن رسائل علمية: الحرب النفسية الأمريكية ضد العراق، والحرب النفسية الصهيونية والإسرائيلية، والحرب النفسية الإيرانية.

وقد خلص الكتاب إلى أن النماذج التطبيقية الثلاثة للحرب النفسية لا يخرج عن الإطار الفكري الذي قدمه الكتاب ولا سيما في القواعد الأساسية على

مستويات التحليل والتخطيط والتنفيذ على السواء، إلا أن أهم ما يميز الحرب النفسية الأمريكية والإسرائيلية هي تبني خلق حالة الرعب الجمعي لدى المواطن العراقي والعربي.

كتاب بعنوان "الحرب النفسية الإسرائيلية" (الدباغ، 1986)

تناول الكتاب الحرب النفسية الإسرائيلية ومرتكزاتها وأساليبها ووضح مصطلحات وتسميات الحرب النفسية الإسرائيلية ومصادرها، كما وضح أجهزة الحرب النفسية الإسرائيلية ودور أجهزة الإعلام فيها كأجهزة دعائية، وتتطرق إلى أساليب الحرب النفسية الإسرائيلية من خلال نماذج كصورة العرب في عيون الغرب، وإعادة رسم ملامح صورة العرب وصورة العربي ما قبل وما بعد عام 1973، كما قدم سرداً تاريخياً لليهود والإشاعة.

3. مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى استخدام جيش الاحتلال للصحف الإسرائيلية كأداة في الحرب النفسية، وكيف استخدم الصحافة الحرب النفسية في حرب الرصاص المصبوب؟ ومدى تأثير ذلك على الجبهة الداخلية الفلسطينية؟

4. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في تسليط الضوء على استخدام الجيش الإسرائيلي للإعلام الإسرائيلي كأداة في ممارسة الحرب النفسية ضد الفلسطينيين، للمساهمة في هزيمتهم، وتتخذ من حرب الرصاص المصبوب نموذجاً كونها الحرب الأولى التي يشنها الاحتلال الإسرائيلي ضد المقاومة الفلسطينية في الأراضي المحتلة عام 1967، ولقلة الدارسات العربية والفلسطينية التي تطرقت لموضوع الصحافة الإسرائيلية ودورها في الحرب النفسية ضد الفلسطينيين فإن الدراسة ستثري المكتبة العربية.

5. أهداف الدراسة:

- التعرف على تطور أساليب الحرب النفسية لدى جيش الاحتلال الإسرائيلي.
- التعرف على دور الصحافة الإسرائيلية كأداة من أدوات الحرب النفسية في حرب الرصاص المصبوب.

- التعرف على أهم الرسائل والتوجهات في الصحافة الإسرائيلية.

6. تساؤلات الدراسة:

- ما مدى تطور أساليب الحرب النفسية لدى جيش الاحتلال الإسرائيلي؟
- ما دور الصحافة كأداة من أدوات الحرب النفسية في حرب الرصاص المصبوب؟
- ما هي الرسائل الإعلامية التي استهدفت الجبهة المدنية الفلسطينية في حرب الرصاص المصبوب؟
- ما هي الرسائل الإعلامية التي استهدفت المقاومة الفلسطينية في حرب الرصاص المصبوب؟
- ما هي الرسائل الإعلامية التي استهدفت الجبهة الداخلية الإسرائيلية أثناء حرب الرصاص المصبوب؟
- ما هي أساليب الحرب النفسية التي استخدمتها الصحافة الإسرائيلية في حرب الرصاص المصوب؟

نوع الدراسة: تقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية وهي التي تركز على وصف طبيعية وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو فرد معين، وتكرار حدوث الظاهرات المختلفة كما أنها تستخدم في المرحلة المتوسطة من مراحل نمو المعرفة العلمية في التخصصات المختلفة. وستستخدم الدراسة منهج تحليل الخطاب.

أدوات الدراسة: أداة مسار البرهنة، وأداة تحليل المعنى الكامن.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة الدراسة من الصحف اليومية الصادرة لدى الاحتلال (يديعوت أحرونت، هآرتس، ومعاريف) وتم تحديد الفترة ما بين 28-12-2008 وحتى تاريخ 19-1-2009صبيحة انتهاء العدوان على غزة، حيث سيتم تحليل أبرز المقالات المنشورة في الصحف الثلاثة الصادرة أثناء الحرب على غزة، ويعود اختيار العينة إلى أن نتائج دراسة فياض (فياض، 2010: 176) هي اعتماد الصحافة الإسرائيلية على الخبر الصحفي في تناول موضوعات الحرب على لبنان 2006 بنسبة 55.03٪ والمقال الصحفي بنسبة 21.6 ٪، في حين أن دراسة عدوان (عدوان، 2012: 108) خلصت إلى اعتماد الصحف الإسرائيلية على المقال

الصحفي في تناول موضوعات الحرب على غزة بنسبة 41٪ ونسبة الخبر الصحفي كانت 3.23 ٪، ويعزى هذا الاختلاف للعديد من الدراسات والأبحاث التي عالجت اخفاقات الحرب على لبنان، حيث أوصت دراسة يسرائيل بن أري (أري، 2007: 29) إلى أن المحليين كان لهم الأثر الكبير في بلورة الرأي العام الإسرائيلي خلال حرب لبنان، وأنه يجب إعطاء أهمية خاصة للمقالات التحليلية وخصوصاً التي تكتب من خلال كتاب متمرسين.

صحف عينة الدراسة: صحيفة "هآرتس": وتعني بالعربية البلاد وهي الصحيفة اليومية الأقدم في إسرائيل، ولها مكانة مرموقة، وتعد صحيفة الصفوة وهي ذات توجهات وميول يسارية، ويحرص على قراءة الصحيفة أصحاب المؤهلات العلمية والثقافية العالية بالمقارنة مع الصحف اليومية الأخرى، ورغم أن هآرتس تتبنى خطاباً ليبرالياً يدعم الموقف الداعي للسلام، إلا إنها صحيفة تتبع في معظم الأوقات الخط الرسمي الحكومي، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالجيش (جمال، 2005: 54).

صحيفة "يديعوت احرونوت": وهي تعتبر من أكثر الصحف اليومية العبرية رواجاً وانتشاراً، وهي صحيفة شعبية مقارنة بصحيفة "هآرتس" وذات توجهات وميول رسمية، فهي تعتبر الصحيفة الناطقة باسم الحكومات المتعاقبة على اختلاف مشاربها، ومنذ انطلاقتها عام 1939م بدأت طريقها كصحيفة مسائية، وتحولت إلى صباحية في سنوات الستينيات بفضل التطور التكنولوجي (جمال، 2005: 58).

صحيفة "معاريف": وهي الصحيفة اليومية الثانية من حيث حجمها في إسرائيل، تأسست عام 1948م بمبادرة عدد من الصحافيين الذين انشقوا عن صحيفة "يديعوت أحرنوت"، وتزود قرائها بمعلومات تتماشى مع منظور أصحابها الذين هم من ذوي المواقف السياسية القومية المحافظة، وتوجهت للطبقات الوسطي، وتحظى بانتشار في أوساط الجمهور الأشكينازي، وهي في توجهاتها وميولها يمينية تتبع حزب الليكود نظراً لأن معظم العاملين عليها هم أعضاء في حزب الليكود (جمال، 2005: 62).

7. المفاهيم الأساسية للدراسة:

عملية الرصاص المصبوب (مسكوب-مصهور): بدأت العملية يوم السبت

27ديسمبر 2008 في الساعة 11:30 صباحاً بالتوقيت المحلي، 9:30 صباحاً بتوقيت غرينيتش، وأسفرت عن استشهاد 1417 فلسطينياً على الأقل (من بينهم 926 مدنياً و412 طفلاً و111 امرأة) وإصابة 4336 آخرين، إلى جانب مقتل 10 جنود إسرائيليين و3 مدنيين وإصابة 400 آخرين أغلبهم مدنيين أصيبوا بالهلع وليس بإصابات جسدية حسب اعتراف الجيش الإسرائيلي، وكانت على ثلاث مراحل: الضربات الجوية، العملية البرية الأولى ثم الثانية، وانتهت مساء 19 يناير 2009 بإعلان إسرائيل وقف إطلاق النار من جانب واحد.

ثانياً: الصحافة الإسرائيلية والحرب النفسية

أولاً: الصحافة الإسرائيلية

نبذة عن الصحافة الإسرائيلية:

عرف المجتمع الإسرائيلي أهمية الإعلام و دوره في التأثير على المجتمعات مبكراً، من العام 1863 م ، مما حدا بالحركة الصهيونية إلى امتلاك العديد من المؤسسات الإعلامية في دول العالم سعياً منها للتأثير على الرؤى العامة الداخلية و منه على السياسة الخارجية لهذه الأنظمة الحاكمة، وقد نجحت الحركة الصهيونية في اختراق العديد من المؤسسات الإعلامية في العالم الغربي وتحييد خطابها لدعم الحركة الصهيونية و دولة إسرائيل، و هو ما انعكس على مدي التفهم الذي تبديه الصحافة الغربية للدولة العبرية، وقد ظهر ذلك جلياً في أحلك الأوقات عندما مارست إسرائيل أبشع سياساتها ضد الفلسطينيين (فياض، 2010: 35).

وتميزت الصحافة الإسرائيلية عن غيرها بكثرتها وتعددها وتنوع مضمونها، وبتعدد اللغات التي تصدر بها، فبجانب اللغة العبرية، تصدر صحف إسرائيلية بلغات أخرى كالروسية والإنجليزية والعربية، ويرجع السبب الرئيسي لتعدد اللغات إلى تعدد المجتمعات المختلفة اللغات التي وفد منها اليهود المهاجرون إلى فلسطين بعد قيام دولة إسرائيل (فياض، 2010: 35).

بدأت أول صحيفة عبرية بالصدور في فلسطين في النصف الأخير من القرن التاسع عشر إبان الحكم العثماني 1863م، وإبان موجات الهجرة إلى إسرائيل

بشكل متواصل ومتزاحم خلال فترة الخمسينيات، بدأت موجة أخرى من الصحف الصادرة بلغات أجنبية في الانتعاش والتزاحم والتوسع إلى جانب الصحافة الحزبية القائمة (جمال، 2005: 14).

ومن الملاحظ أن تاريخ الصحافة الإسرائيلية على أرض فلسطين هو امتداد للصحافة اليهودية في كافة أصقاع العالم، نشأت و تطورت بقدوم المهاجرين اليهود خلال فترة اليشوف اليهودي القديم ?أي الاستيطان الديني اليهودي على أرض فلسطين في عام 1863م، و كان ميلادها من رحم التيارات الدينية الأرثوذكسية التي استوطنت أرض فلسطين (عدوان، 2012: 32).

موارد الإجماع التي تحكم أداء الصحف الإسرائيلية:

ثمة مجموعة من القضايا تشكل مورداً للإجماع القومي الصهيوني - اليهودي، بحيث تقوم الصحف الإسرائيلية من تلقاء نفسها غالباً بأخذها في عين الاعتبار والتجنيد لخدمتها عند أدائها لنشاطها الإعلامي وأهمها:

1. الحفاظ على يهودية الدولة.
2. استمرار الهجرة.
3. معارضة حق العودة للاجئين الفلسطينيين.
4. أولوية الأمن.
5. مكانة القدس.
6. التمسك بالرموز والشعارات الدينية اليهودية.

خصائص الصحافة الإسرائيلية: (عدوان، 2012: 40)

مرت الصحف الإسرائيلية بتحولات عميقة متأثرة بعوامل رئيسية مثل الخصخصة و اللبرلة اللذين تعرض لهما المجتمع الإسرائيلي، إضافة إلى تطورات الصراع العربي الإسرائيلي والتغييرات التي شهدتها الخارطة الحزبية ?السياسية في إسرائيل ، فضلاً عن المتغيرات الاجتماعية و الأيدولوجية و السياسية التي شهدها المجتمع الإسرائيلي في العقود الأخيرة.

ولا توجد سوى ثلاث صحف يومية تتمتع باستقلالها المالي والإداري عن الأحزاب، إلا أنها ترتبط أيديولوجياً بها، وهي -معاريف- الواسعة الانتشار صاحبة الميول اليمينية المتمثلة في حزب العمل وكتلة ميرتس. وتميل صحيفة -يديعوت أحرنوت- إلى تبني موقف الحكومات الإسرائيلية المتعاقبة، في حين تتبنى -هآرتس- مواقف أكثر إلى اليسار ومن أهم الخصائص التي تتميز بها الصحف الإسرائيلية الراهنة :

1. أقوال الصحافة الحزبية العلمانية.
2. صعود الصحافة الخاصة والتجارية.
3. مركزية الملكية في سوق الصحافة وتصاعد التنافس بينها.
4. تغييرات في مفهوم الصحافة المجندة أو الملتزمة.
5. نمو الصحف المحلية.
6. زيادة دور الصحافة الدينية.

الرقابة على وسائل الإعلام: (عدوان، 2012: 42).

إن وسائل الإعلام الإسرائيلية بشكل عام و الصحافة بشكل خاص جميعها تخضع للرقابة العسكرية، وتتخذ هذه الرقابة طابعين، الطابع الأول : أن الرقيب العسكري يحذر ويمنع الصحف من نشر بعض الأخبار التي تتعلق بأمن الدولة الخارجي والداخلي، والطابع الثاني: هو أن الرقيب العسكري يوزع على المحررين عدداً من المواضيع يجب تجنب الكتابة فيها.

المستوى القانوني للرقابة: (النعامي، 2005: 38).

ألقى رئيس الوزراء الإسرائيلي الأول (دافيد بن غوريون) خطاباً جماهيرياً في الثاني والعشرين من يناير 1948م استعدادا للإعلان عن الدولة، قال فيه: "إنني أثق أنه يتوجب أن تكون هناك صحافة ناقدة، لكن ألا نعطي معلومة للعدو، علينا ألا نساهم في دب الفزع في أوساط الجمهور، على الصحافة أن تدرك أن هناك حكومة معادية (حكومة الانتداب البريطاني) ومشاغبين عرب يهددون أمننا" .

تعود جذور الرقابة على الإعلام إلى القوانين الاستعمارية الصادرة عن سلطة

الانتداب البريطاني لفلسطين وتحديداً أمر الصحافة للعام 1933م وقد تبنت إسرائيل هذه القوانين واستخدمتها وتنص بشكل أساسي على ما يلي:

1. وجوب استصدار تصريح خاص من وزير الداخلية قبل إصدار أية مطبوعة – صحف، مجلات، كتب، وذلك تحت طائلة المصادرة أو الإغلاق أو حتى عقوبات جزائية أخرى على أنواعها.
2. صلاحية وزارة الداخلية في الإشراف على الإعلام، بحيث أن للوزارة صلاحية إغلاق الصحف إذا ما نشر فيها مواد من شأنها أن تعرض السلامة العامة للخطر.

الرقابة بالتراضي: (عدوان، 2012: 43).

تم هذا الاتفاق في العام 1949م بين الأركان العامة للجيش الإسرائيلي ولجنة محرري الصحف اليومية وهو الاتفاق الذي تم تعديله في العام 1951 م والعام 1966م والعام 1989م والعام 1990 م ويتضمن هذا الاتفاق ثلاثة عشر بنداً أساسياً أهمها:

1. التعاون التام ما بين أجهزة الجيش والصحف لمنع تسرب مواد أمنية من شأنها أن تفيد العدو أو أن تضر بحماية الدولة.
2. عدم تطبيق الرقابة على القضايا السياسية، ويتم تحديد المواد التي تستدعي الرقابة المسبقة قبل النشر.
3. تشكيل لجنة تتكون من ممثل للجيش وممثل للصحافة وموظف رسمي تعينه الحكومة للإشراف على شؤون الرقابة كمرجع استئنافي لقرارات الرقيب العسكري.
4. تختص اللجنة باقتراح العقوبات وبالتحكيم الملزم في الخلافات بين الصحف والرقيب العسكري خلال 24 ساعة.
5. تشمل صلاحيات اللجنة كافة الصحف والمطبوعات الإعلامية ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمراسلين الأجانب في إسرائيل.
6. تتخلى الصحف بموجب الاتفاق عن اللجوء إلى القضاء العدلي بينما لا تطبق عليها القوانين الإسرائيلية.

الرقابة الذاتية للجنة المحررين: (النعامي، 2005: 79).

الرقابة الذاتية للجنة المحررين عي جهاز رقابة من نوع آخر ، مصدره ليس القانون الإسرائيلي والاتفاقات المعقودة بين المؤسسة العسكرية الإسرائيلية و الصحافة، بل مصدره الصحافة الإسرائيلية نفسها المتمثلة بلجنة المحررين التي تمثل رؤساء تحرير الصحافة المكتوبة في الكيان وهي رقابة طوعية عن رضا، تتيح منع نشر معلومات ليس للرقابة العسكرية القدرة على منعها بحسب القانون والاتفاقات، ويتوجب على الإعلاميين تحت طائلة الملاحقة اللاحقة للنشر، أن يعرضوا على الرقيب العسكري بشكل مسبق كل مادة إعلامية تصنف بأنها أمنية أو أنها تتضمن معلومات ذات قيمة عسكرية، قد تفيد العدو أو تضر بأمن الدولة، وتحقيقاً لذلك .

تقوم الرقابة بإبلاغ الصحف والناشرين والإذاعات ومحطات البث التلفزيونية بلائحة المواد التي يتوجب تقديمها للرقيب سلفاً قبل النشر، وكل من يصله التبليغ يتحمل المسؤولية أمام الرقيب، وللرقيب العسكري الحق بأن يلغي مقالاً كلياً أو جزئياً إذا رأى فيه ضرراً أمنياً محتملاً.

ثانياً: الحرب النفسية

يصعب حصر مصطلح الحرب النفسية في تعريف واحد على الرغم من انتشاره وذيوعه وسعة تداوله، ويمكن تعريف الحرب النفسية على أنها: "الحرب كلها سواء كانت بالقوة المادية أو القوة المعنوية وهدفها هو وضع العدو في حالة نفسية معينة هي حالة الهزيمة" (الزيدي، 2010: 18).

كما يمكن تعريفها على أنها ?حرب شاملة تعتمد الإجراءات والاستعدادات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية وكل ما يمتلكه المجتمع أو الدولة المهاجمة مما يصلح أن يكون لها سند في خوض هذه الحرب وتحقيق الأهداف من خلالها، ويتوقف نجاحها على تكامل وقوة هذه الاستعدادات وكذلك على المواقف السياسية والعسكرية" (الزيدي، 2010: 19).

أساليب الحرب النفسية الإسرائيلية

إن أهم الأساليب هي: (المصري، 2004: 95).

1. التركيز على هدف واحد وفي وقت واحد مثل الحملة الكبيرة التي تتحدث عن ظلم اليهود في الاتحاد السوفيتي في الدول الاشتراكية إذ ركزت رسائل الإعلام هذه على هذا الهدف وفي وقت واحد.
2. أسلوب خلق مصادر مختلفة للأخبار (رسائل كاذبة) أي صحيفة ترى بأن هنالك أخباراً عن اضطهاد اليهود ووقع الظلم عليهم من أجل استمالة عواطف الرأي العام.
3. إخفاء الأخبار الملائمة للخصم
4. تضليله: (إسرائيل) تتفنن دائماً في عرض المعلومة.
5. أسلوب التحويل السريع للأخبار أي أنها لا تعطي تأكيداً للخبر وإنما تنقل الخبر عن مصادر مطلعة أو أي مصادر يمكن التراجع النهائي عنها في الوقت نفسه.
6. إشاعة عدم الثقة بالنفس وإيقاع المستهدف في التخبط الفكري والتشكيك بحضارة العرب.

مجالات الحرب النفسية الإسرائيلية

تتنوع مجالات هذه الحرب في أربعة مجالات أساسية إذ تمارس نشاطها وهي: (سميسم، 2005: 219).

أولاً: في المجال العربي:

1. زرع بذور الفرقة بين كل عربي وآخر بوسائل مختلفة.
2. زرع روح الاستسلام والرضوخ.
3. محاولة عزل المواطن العربي عن قيادته.
4. بث روح اليأس والشك بين أفراد الشعب نفسه.
5. النيل من وحدة الصف العربي.
6. التشكيك في مقومات الأمة العربية وتأكيد الروابط الطائفية والعراقية والإقليمية.
7. إبراز أوجه التخلف الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والعربي.

ثانياً: في المجال الفلسطيني:

1. التعايش السلمي والتطبيع في فلسطين أن الفلسطينيين يجب أن يعيشوا بسلام.

2. تشكيك شعب فلسطين بقدرة الجيوش العربية على تحرير فلسطين.
3. تخلي العرب عن الفلسطينيين في الداخل، التهديد والترغيب والترهيب، إذا لم يستجيبوا للأوامر الإسرائيلية.

ثالثاً: في المجال الإسرائيلي:

1. إسرائيل في حالة حرب دائمة مع العرب وستبقى مستمرة إلى أن تتمكن من تحقيق أهدافها في التوسع.
2. إن فلسطين هي نقطة الارتكاز ليهود العالم.
3. الدولة اليهودية: هي الدولة المسئولة عن كل يهودي في فلسطين أو خارجها. (أي ربطهم ليس بالأرض فقط وإنما بالنظام والدولة).
4. استقرار الدولة وازدهارها هي الخطوة الأولى لعودة (ملكوت إسرائيل طبقاً للوعد الإلهي).

خصائص الحرب النفسية الإسرائيلية :

تتميز الحرب النفسية الإسرائيلية بالخصائص التالية: (الدباغ، 1986: ص41-44).

- المركزية: وتعني الاستقلالية والعمل من خلال جهاز يضم عدداً من الخبراء والمختصين لوضع مخططات وبرامج شاملة للعمل الدعائي النفسي ضمن استراتيجية محددة الملامح.

- التخصص: بمعنى أن تسند مهمات محددة لكل فعالية إعلامية ونفسية تتضمنها الحرب النفسية المعلنة وغير المعلنة.

- التركيز: حيث تدار الحرب النفسية في إطار من التكثيف حول موضوع ما أو خطة معينة ضمن جدول زمني محدد.

- التوقيت: وهو أحد الخصائص المهمة والذي يراد به شن الحملة الدعائية النفسية "تحديداً" في الوقت المناسب والمدروس بعناية فائقة لتحقيق الأهداف المرجوة في زمنها المناسب.

- المصداقية: وهي عادة ما تكون مصداقية نسبية تسعى وراء كسب ثقة

المتلقي، وفي أغلب الأحيان تعتمد على جزئية من الحقيقة بحيث يمكن تغليفها ضمن إطار عام من التضليل الإعلامي.

– الهجوم: وهي خاصية استراتيجية قادرة على الاختراق والنفاذ وعادة ما تتصف بها الحرب النفسية الفتاكة حيث تعتمد إلى بث الحملة الدعائية المضادة قبل تفاعل الخبر أو المعلومة.

– التكامل: حيث أن منطلقات عمل إسرائيل الدعائي الإعلامي النفسي متكاملة بحيث يعمل على جميع الجهات الإعلامية بمنطلقات إيجابية لصالحها وسلبية ضد الجهات الأخرى بتكامل تام.

ثالثاً: الإجراءات العملية والنتائج

الإطار التطبيقي للدراسة:

إن مناهج تحليل الخطاب تعتمد بشكل كبير على ما وراء النص وليس فقط ما ورد في النص، ولعل أساليب الحرب النفسية التي يستخدمها الاحتلال لا تكون بشكل مباشر وواضح بقدار ما تعتمد على الأساليب كتشويه الخصم، والكذب والتحريف، والتعاظم والتفاخر والمراوغة. ومن أجل الحصول على النتائج والإجابة على السؤال الرئيسي: هل مارست الصحافة الإسرائيلية الحرب النفسية أثناء عملية الرصاص المصوب؟

فقد تم إعداد استمارة تحليل خطاب قسمت إلى ثلاث فئات، و أُدرِج تحت كل فئة منها مجموعة من القضايا على النحو التالي:

1. الأطروحات السياسية:

أ. الحلول السياسية.

ب. قضية شاليط.

ج. الانتخابات.

2. الأطروحات العسكرية:

أ. قوة الردع.

ب. مكافحة تهريب السلاح.

3. الأطروحات الدعائية _الحرب النفسية:

أ. تبرير العمليات العسكرية.

ب. صورة الحكومة الإسرائيلية.

ج. صوة الجيش الإسرائيلي.

د. وصف الوضع الإنساني في دولة إسرائيل.

هـ. الجبهة الداخلية للإسرائيليين.

و. الوضع الإنساني للفلسطينيين.

ز. رسائل للفلسطينيين.

ح. صورة حماس والمقاومة في غزة.

وسيتم استعراض نتائج أطروحات الحرب النفسية عينة الدراسة وهي على النحو التالي:

أولاً: الجداول:

جدول رقم (1)	إحصاء عدد الصحف عينة الدراسة	
اسم الصحيفة	عدد المقالات	النسبة
هآرتس	75	51.8%
يديعوت	35	24.1%
معاريف	35	24.1%
المجموع	145	100%

جدول رقم (2)	توزيع أنواع المقالات عينة الدراسة			
نوع المقال	هآرتس	يديعوت	معاريف	المجموع
افتتاحي	20	16	0	36
مقال رأي	52	13	29	94
تحليلي	3	6	6	15
المجموع	75	35	35	145

جدول رقم (3)	توزيع تكرار الحجج والبراهين لأطروحات الحرب النفسية
أطروحات الحرب النفسية	عدد تكرار الحجج والبرهان
تبرير العمليات العسكرية	133
صورة الحكومة الإسرائيلية	125
صوة الجيش الإسرائيلي	117
الوضع الإنساني للإسرائيليين	57
الجبهة الداخلية للإسرائيليين	64
الوضع الإنساني للفلسطينيين	110
رسائل للفلسطينيين	18
صورة حماس والمقاومة في غزة	97

ثانياً: مناقشة النتائج:

تبرير العمليات العسكرية

تعتبر وسائل الإعلام الإسرائيلية من أنجع وسائل الإعلام للاعتماد عليها في تهيئة وتجنيد الرأي العام الإسرائيلي خلف قرارات الحكومة والأجهزة الأمنية الإسرائيلية، والصحافة هي جزء من الإعلام الإسرائيلي حيث أن لها انتشاراً واسعاً وإقبالاً جماهيرياً، وتنطبق هذه الخاصية مع عينة الدراسة باستعدادها بل وإقبالها على تبرير أي من أعمال العنف والإجرام التي يقدم عليها الجيش الإسرائيلي، فهي تعمل على تماسك الجبهة الداخلية ومنع تفككها لا سيما أنها تتسم بكثرة الخلافات والتناقضات وتعدد أطيافها.

تبرير العمليات العسكرية بدأ مع صباح اليوم التالي للهجوم على غزة مع صدور الصحف اليومية عينة الدراسة فكان أسلوبها تحريضياً واضحاً يبرر عمليات القتل الجماعي لمئات عناصر الشرطة والمدنيين، لكسر إرادة المقاومة وسفك مزيد من

الدماء للفلسطينيين، وحملت معها رسالة تطمين للمجتمع الإسرائيلي من خلال وصف أن الجيش يقوم بحرب بكل ما تعنيه الكلمة من قوة وشراسة، وحملت مزيداً من التهديد والوعيد للفلسطينيين، وأظهرت بأن الحرب قامت من أجلكم ومن أجل الدفاع عنكم وحتى لا تسقط الصواريخ على مواطني الجنوب، وحتى لا تصلكم في المرات القادمة، وأبرزت في التبرير مدى قوة الجيش واستخدامه المفرط لها، وربط كتّاب المقالات بين الهجوم على غزة وبين حرب 67 التي هزم فيها الجيش الإسرائيلي خمسة جيوش عربية خلال أيام معدودة .

كما سعت في التبرير إلى لعب دور الضحية والتركيز على معاناة المجتمع الإسرائيلي وتضخيمها، كما بررت كافة أعمال الجيش العسكرية وعلى الرغم من أن الجيش استهدف المدارس والمساجد والبيوت وهدمها فوق ساكنيها إلا أن كتّاب عينة الدراسة مارسوا التبرير وتحميل حماس المسئولية واتهامها بأنها هي السبب عبر استخدام المساجد لتخزين السلاح، واستغلال المدنيين كدروع بشرية تحتمي بها، ولم تتورع الصحف عن تبرير قصف مدرسة الفاخورة ومبنى الأمم المتحدة عندما تحدثت بأن المسلحين يطلقون النار على الجيش الإسرائيلي من وسطهم.

أبرز الحجج والبراهين لتبرير العمليات العسكرية:

- من أجل الدفاع عن مواطن إسرائيل.
- سلب الآخرين حياتهم من أجل حياتنا.
- الذنب ذنب حماس التي تستغل المساجد والأحياء السكنية.
- ربما كان يوجد مخزن سلاح في المسجد.
- حماس تلقت ضربة عسكرية ولكنا غير كافية.
- لولا استفزاز حماس وقصفها لما كانت حاجة للعملية الإسرائيلية.
- عملية الرصاص المسكوب هي عملية عادلة.
- الهدف القضاء على الإرهاب، إسرائيل ستضطر إلى مواصلة الهجوم.
- الحرب من أجل هدف وطني.
- لا يوجد حرب مبررة أكثر من حرب إسرائيل ضد حماس.
- لم نخرج لقتل أكبر عدد من الفلسطينيين، خرجنا كي نضمن لأنفسنا

الهدوء الأمني لزمن طويل.

- إلى أن ترفع حماس الراية البيضاء.
- فرض علينا الطرف الثاني الحرب.
- فعل الردع التي من أجلها انطلقت إسرائيل للحملة
- حرب إسرائيل ضد حماس هي حرب السيادة الإسرائيلية.
- الجيش خرج لمعاقبة حماس.
- الأهداف الدفاعية عن الجنوب تقدم السلام في الشرق الأوسط.

صورة الجيش الإسرائيلي:

يعتمد الاحتلال في تسويق جيشه للعالم الخارجي وللمجتمع الإسرائيلي على مقولتين : "الجيش الذي لا يقهر" والجيش المنظم ذو الأخلاق الحميدة، من هاتين المقولتين تنطلق الصحافة الإسرائيلية في وصف ورسم صورة الجيش إبان المعارك القتالية، وإن كان الصورة قد اختلفت خلال حرب لبنان ؛ فمنذ بداية العملية العسكرية ضد قطاع غزة رسمت صورة الجيش القوي الذي يخوض معركة من أجل إسرائيل والدفاع عن مواطنيها، وأن المطلوب من الجيش إظهار قوة الردع الإسرائيلي تجاه الأعداء، وعبرت الصحف الإسرائيلية عن أداء الجيش بأنه يوجه ضربات ساحقة بمعلومات استخباراتية دقيقة، وقد وصف التوقيت الذكي، كما أظهرت صورة الجنود وهم في معنويات عالية للقتال عندما وصفتهم بأن الاعتماد عليهم مائة بالمائة، و القول بأن الجيش قوي ومرتب وسلاحه متطور، فمعظم البراهين التي قدمت هي لوصف قوة الجيش في المعركة، مدى الاستفادة من تجربة حرب لبنان عام 2006، وشمل المدح والتعاظم كافة قطاعات الجيش البرية والجوية والبحرية .

كما برّر كتّاب المقالات في عينة الدراسة أعمال القتل والمجازر التي ارتكبها الجيش بالقول أن الجيش الأخلاقي أحياناً يجبر على عمل غير أخلاقي، ويقتل أبرياء من أجل دولة إسرائيل، وأن أفراد الجيش ليسوا مجرمي حرب، وإظهار الدور الإنساني الذي يحول كثيراً دون تقدم الجيش لوجود العديد من المدنيين.

لم تخلو عينة الدراسة من بعض النقد للجيش، ولكنه كان ضئيلاً جداً،

واشتمل النقد لقيادة الجيش أكثر من الجنود، لتحفيزهم على المضي في الهجوم مثل "هل الجيش جبان حتى لا يدخل معركة برية مع إرهابي حماس".

أبرز الحجج والبراهين على صورة الجيش الإسرائيلي:

- ضغط الجيش من أجل الخروج للحرب.
- عازف البيانو أيهود باراك وزير الدفاع عازف ممتاز جداً في المجال العسكري.
- نحن جاهزون لكل شيء ونعرف كيف نتصدى.
- سيساهم الجيش في أمن إسرائيل وصورتها الأخلاقية.
- القوة الإسرائيلية كبيرة لكن لها حدود.
- كانت المباغتة ساحقة والمعلومات الاستخباراتية دقيقة والتوقيت ذكي.
- أديرت الاستعدادات بشكل مرتب، الجيش استعد لحملة رصاص مصهور لسنتين تقريباً.
- الجيش الإسرائيلي استخلص دروس حرب لبنان الثانية واستوعب تقرير فنيوغراد.
- حملة رصاص مصهور بدأت بشكل سليم.
- الجيش يعرف كيف يعمل في قطاع غزة.
- ليس لدينا جنود مستعدون لأن يبيدوا فقط لأجل الإبادة.
- الجيش البري لم يخيب الآمال.
- معظم قوات الجيش وصلت إلى الأهداف التي تقررت لها في وقت مبكر.
- الجيش ليس جيش مجرمي حرب.
- الجيش الأخلاقي يقتل الأطفال.
- الجيش يسير بعمل منظم ومخطط.
- الجنود والجيش مخلصون ومستعدون للتضحية.
- الجيش كان يسير ببطء بسبب اكتظاظ السكان فهو لا يريد أن يوقع خسائر فيهم.

- الجيش حقق الأهداف وقريباً سيعود الجنود إلى الديار.
- جيشنا هزم جيش حماس.

صورة الحكومة الإسرائيلية:

يختلف وضع وصورة الحكومة في الصحافة الإسرائيلية في الأوقات العادية التي لا تخوض فيها حرباً أو تعيش حالة طوارئ، فإن كان الحديث عن المعلومات الأمنية والعسكرية لا يسمح بنشرها في الصحف إلا بقرار من الرقابة العسكرية، فالأمر مغاير عند الحديث عن الأوضاع السياسية في إسرائيل وانتقاد الحكومة بصورة لاذعة وهي هامش الحرية المسموح به دون رقابة في الصحافة الإسرائيلية، وأشادت الصحف بمواقف الحكومة الرافضة للتعاطي مع مبادرات وقف إطلاق النار أو الضغوط لوقف العملية العسكرية واعتبرته موقفاً بطولياً يحسب لها. هامش الحرية المسموح به لنقد الحكومة لم يقد كتّاب المقالات في الصحف الإسرائيلية إلى شن هجومٍ عنيفٍ على أداء الحكومة أو توجيه توبيخ لقياداتها، بل كانت النتائج عكسية فمنذ انطلاق العملية العسكرية في قطاع غزة أيدوا بالإجماع قرار الحكومة نحو الحرب واعتبروه قراراً حكيماً وموقفاً ينم عن قيادة واعية للمخاطر المحيطة بها، وقادرة على حماية أمن المواطنين الإسرائيليين، كما ركزوا على حالة التوافق الداخلي خلف الحكومة من قبل المعارضة وموقف الوحدة الوطنية الذي يتناسى الخلافات السياسية من أجل الحرب ضد العدو، وأظهروا الحكومة على أنها قوية متماسكة بتشكلاتها المختلفة من الأحزاب المشاركة فيها .

وجهت بعض الانتقادات للحكومة على بعض القرارات أو الإجراءات ولكنها لا تقارن بحجم الاشادة، على الرغم من أن الساحة الإسرائيلية كانت تتجه نحو الانتخابات البرلمانية للكنيست بعد أيام من نهاية الحرب على غزة، ويعود ضبط انتقاد الحكومة في حالات الحروب لتنجد كافة أركان وسائل الإعلام خلف الحكومة حتى نهاية المعركة بعدها تختلف الصورة وتنتقد الحكومة بشكل واسع.

أبرز الحجج والبراهين على صورة الحكومة الإسرائيلية:

- لم يعد ممكناً اتهام حكومة أولمرت بالتردد والانهزامية.

- إسرائيل متهمة دائماً في نظر الجماعة الدولية.
- هذا وقت مؤازرة رئيس الحكومة أولمرت الذي يبرهن الآن على أنه زعيم وطني ذو قدرة.
- باراك أفضل وزير دفاع يستطيع الجيش العمل معه.
- المجلس الوزاري تعاطى مع دوره بجدية وأجرى مداولات شاملة.
- ضمان سلامة قواتنا في المكان الأول حتى لو دفعت إسرائيل لقاء ذلك ثمناً باهظاً في الرأي العام الدولي.
- ثبتت إسرائيل بصورة الأزعر الإقليمي.
- استنفذت الحكومة كل السبل الأخرى لإعادة الهدوء إلى أطفال سديروت.
- حكومة إسرائيل مثل سابقتها لن تتنازل.
- الحكومة وقحة بتجاهل قرار مجلس الأمن.
- الواقع المشوه للحرب يجلب لدولة إسرائيل مشكلة أخلاقية حادة.
- أولمرت رجل شجاع لكن أحياناً يكون شجاعاً أكثر مما ينبغي.
- وقفت الحكومة جيداً في وجه الضغوط الدولية.
- ظهرت الحكومة بأنها لا تتردد في أخذ المخاطر كي تدافع عن مواطنيها.
- نجحت الحكومة والجيش في تجنيد شرعية داخلية ودولية لعملية عسكرية واسعة ضد حماس .

الجبهة الداخلية للإسرائيليين:

اعتمدت دولة إسرائيل في معاركها السابقة دائماً على الهجوم على أعدائها في أرضهم ولم تشعر الجبهة الداخلية الإسرائيلية بقلق الكبير خلال الحملات والحروب العسكرية السابقة، وإن كانت إسرائيل تولي للجبهة الداخلية أهمية قصوى، فهي التي تحدد مسار العمليات العسكرية ووقتها، وحجم صمود الجبهة الداخلية هو أحد المرتكزات العملية التي تنطلق منها إسرائيل لحروبها، لذلك في حرب لبنان شهدت هذه الجبهة تصدعات كثيرة بسبب عدم الجهوزية وعدم تقدير حجم التطورات في

المعركة بين إسرائيل وحزب الله، لذلك أولت إسرائيل في عملية الرصاص المصبوب أهمية قصوى لاختبار التحصينات والجهوزية للجبهة الداخلية،لدرجة أن الاحتلال أنشأ لها وزارة خاصة تتابع شؤونها ويقع تحت أمرتها ما يقارب 60 ألف جندي احتياط للخدمة أوقات الطوارئ والحروب .

ولأهمية الجبهة الداخلية فإن كتاب المقالات عينة الدراسة قسموا الجبهة الداخلية إلى نوعين: الأول من هم تحت خطة النار – على حد وصفهم – والثاني الآخرين الذي لا يقعون في دائرة الاستهداف، وقد أشادت عينة الدراسة وعملت على رفع الروح المعنوية للجبهة الداخلية، فشكلت إجماعاً على أن الجبهة الداخلية كانت جاهزة واستعدت كما ينبغي وهذه تحمل رسائل نفسية لكافة الجمهور الإسرائيلي.

وجهت عينة الدراسة المدح للشعب الإسرائيلي المتكاتف والمؤيد للحرب، ووصفت جنود خدمة الجبهة الداخلية والمجالس المحلية والإطفائية والإسعاف بانهم كالمعجزة يعملون ما لا يصدق، وأظهرت حجم تأييد الجبهة الداخلية للحرب ووصفتها بأنها مستعدة لتحمل المزيد من الضرب لإنجاح أهداف دولة إسرائيل، والروح القتالية للشعب الإسرائيلي هائلة، وعمل كتاب المقالات على تحريض الحكومة على المواصلة بناء على الحديث عن استطلاعات رأي تتحدث عن تأييد 80٪ من الجبهة الداخلية للحرب، ونقل رسائل على لسان الشارع بأن استمرو إلى الأمام، ووصف سكان المناطق التي تتعرض للصواريخ من قطاع غزة بأنهم أناس جبارين، وأنهم شعب مرصوص الصفوف، وقد اهتم بعض الكتاب بأبسط الأمور في جهوزية الجبهة الداخلية كبعض برامج الأطفال في الملاجئ المحصنة، وبعض المعدات التي تسهل عملية إعداد الشاي والقهوة، ولم تسجل أية ملاحظة سلبية من قبلهم على أداء وزارة الجبهة الداخلية .

تطرق بعض الكتاب إلى حالة الرفض في بعض الأوساط للحرب على غزة أو الاكتفاء بالضربة الجوية، ولكنت كانت هذه الأصوات متدنية جداً مقارنة بوصف الجبهة الداخلية والشعب الإسرائيلي بالوصف البطولي، حيث بلغت 7 براهين من أصل 64 حسب الجدول رقم 3 .

أبرز الحجج والبراهين في الجبهة الداخلية:

- الإحساس بالتضامن داخل الشعب ومسئولية القيادة الوطنية.

- رئيس الحكومة يحظى بإسناد جماهيري.
- الجبهة الداخلية استخلصت معظم الدروس.
- علينا أن نرفع القبة لرجال قيادة الجبهة الداخلية.
- في الساحة الداخلية يبدي الجمهور صموداً جديراً بالثناء.
- أعد الجمهور نفسه لمواجهة عسكرية طويلة.
- لا أحد يحمي إسرائيل سوى إسرائيل.
- الجبهة الداخلية تصرفت على نحو مثالي.
- الشعب يريد المزيد من الضربات للأعداء.
- الروح القتالية للشعب هائلة.
- القبضة الحديدية لشعب إسرائيل.
- إسرائيل قادرة على ردع جارتها.

الجانب الإنساني للإسرائيليين:

الشعور بالظلم والاضطهاد هي أبرز سمات دولة إسرائيل منذ تأسيسها عندما

جرائمها بالدوافع الإنسانية التي تقع على عاتق مواطنيها. ثم تخلت الروايات السابقة عن وصف الواقع الإنساني لها في حرب الرصاص المصبوب على قطاع غزة، رغم أن الفرق شاسع بين ما تتعرض له القرى المحتلة في الجنوب وبين سكان قطاع غزة، واتسمت رواياتها بالتهويل الإعلامي، فعمل كتاب المقالات في الصحف الثلاثة عينة الدارسة على إبراز المعاناة الإنسانية التي يعشيها الإسرائيليون، فاعتمدت على روايات تثير التعاطف وتسمح بالمقارنة مع الفلسطينيين، مثل تعرض أكثر من مليون مواطن للخطر مقابل مليون ونصف في قطاع غزة، ركزت العينة على تصوير الحالة النفسية للأطفال وما يتعرضوا له من مآسي من خلال الخوف، وعبارات كسقوط صواريخ على روضة أطفال، وتكرار الحديث عن تعطيل الدراسة في المدارس لخوف الأطفال من الذهاب إليها، وشملت وصف الحالة الإنسانية مقارنات، فقد وصف الحالة "بأكوام الجثث في الجانبين والثكل في الشعبين" للمساواة بين الشعبين، وتعددت القصص الإنسانية عن العائلات الإسرائيلية .

عدد مرات تكرار الحجج والبراهين للحالة الإنسانية كان متدنياً مقارنة بتبرير العمليات وصورة الجيش، ويعود ذلك إلى أن حجج وبراهين التبريرات على الحادثة الإنسانية الواحدة متعددة، كما أن المجتمع الإسرائيلي يجنح إلى التطرف والعنف خلال الحروب ويحب أن يستمع إلى قوة الردع الإسرائيلية وهيبتها.

أبرز الحجج والبراهين على الجانب الإنساني للإسرائيليين:

- جعلت حياة الجنوب مرة لا تطاق.
- أطفال في الجنوب يبحثون عن الهدوء.
- مواساة عائلة قتل عزيزها.
- جعلت حياة الجنوب كابوساً متواصلاً.
- سقط صاروخ الغراد في ساحة روضة.
- حماس تطلق الصواريخ على أهداف مدنية.
- صورة الأطفال الإسرائيليين في الملاجئ أو النساء مصابات بالهلع أمر لا يطاق حقاً.
- مللنا أن نسمع بأن المواطنين الإسرائيليين يتلقون الضربات ونحن لا نرد.
- أشفق على سكان غزة وعلى السكان المدنيين عندنا في الجنوب.
- كل لحظة هي لحظة خوف وكل لحظة خوف هي لحظة موت.

صورة حركة حماس والمقاومة

تشويه الخصم هي من أهم سمات الحرب النفسية الإسرائيلية، فعملت الصحف الإسرائيلية خلال الحرب على غزة على رسم صورة موازية بين المقاومة الفلسطينية والاحتلال، وعمدت إلى تهويل وتضخيم إمكانيات المقاومة في وجه الجيش الإسرائيلي، وقد قسمت التحريض ضد حركة حماس والمقاومة في صحف العينة إلى ثلاثة مستويات، المستوى الأول: تضخيم قدراتها، المستوى الثاني: نقل صورة الخوف التي أحلت بها من الضربات العسكرية، والمستوى الثالث: نبذها من المجتمع الفلسطيني والمحيط العربي.

المستوى الأول: تهويل قدرات حماس، حيث ركزت الصحف الإسرائيلية

على اعتبار أن حماس تمتلك جيشاً منظماً قد تلقت تدريبات عسكرية عالية الكفاءة ولديها من الجهوزية والقدرات القتالية ما يفوق العديد من القوات العسكرية، وأجهزة تنصت عالية الجودة حصلت عليها من إيران، كما تلقت فيها تدريبات عسكرية مكثفة، وامتلاكها أنفاقاً نوعية وهي تعمل حسب تعليمات متسلسلة من القيادة، وركزت كثيراً على التشبيه بينها وبين حزب الله في جنوب لبنان، وتكرر في عينة الدراسة ذكر مصطلح ?جيش حماس ?هذا التهويل والتضخيم يرجع إلى إشعار الجمهور الإسرائيلي بمخاطر الحرب وتمهيداً لأية خسائر قد تقع في صفوف الجيش، وكذلك تهيئة لإبراز مدى قوة ردع الجيش الإسرائيلي والإنجاز الذي حققه الجيش عند ضرب أهداف حماس .

أما المستوى الثاني: فهو نقل صورة الخوف التي رسمت على وجه قيادة حماس – على حد وصف الصحف الإسرائيلية- فعمدت إلى تصوير الصدمة التي تعرضت لها حماس بعد الضربات الجوية وحالة الخوف التي استطاع الجيش أن يزرعها، وأنها تعيش في حالة صعبة جداً، ونقل أوصاف لقيادات حماس كهنية يخرج من مخبئه السري تحت الأرض ليخطب وهو خائف من الصواريخ،كما جرت محاكاة لكيفية قبض الجيش على الجعبري وهو أحد قيادات الجناح العسكري لحماس من جحره كما قبض على صدام حسين، وتشويه صورة قياداتها من خلال الحديث عن الاختباء في المدارس والمستشفيات،و أنها نادمة على ما فعلت، وحرضت الصحف الجيش الإسرائيلي على مواصلة الضربات العسكرية الشديدة لأن حماس ستستسلم تحت هذه الضربات وأنها وقعت في هزيمة شديدة وأليمة سحقتها سحقاً .

وفي المستوى الثالث: عمد كتّاب المقالات في الصحف الإسرائيلية إلى محاولة زرع الفرق والتمييز بين الفلسطينيين بعضهم البعض وبين المحيط العربي عندما وصفتها بحركة إرهابية، وعملوا على تحمليها مسؤولية الهجوم والأضرار التي تلحق بالمواطنين الفلسطينيين، وأنها هربت وتركتهم وحدهم، وأنها تستخدمهم كدروع بشرية لحماية نفسها، وأن الجيش الإسرائيلي لا يريد قتل الفلسطينيين بل يريد العيش معم بسلام ولكن حركة حماس هي السبب،كما حرضت الفلسطينيين على الثورة ضد حكم حماس حتى تسقط ويتخلصوا من الأوضاع الاقتصادية

الصعبة بسبب حماس، وتكرر وصفها بحركة نازية إرهابية، كما صورت الصحف الإسرائيلية بأن حماس تشكل مشكلة للعالم العربي والإسلامي، وأنها تسبب فرقة في جامعة الدولة العربية بسبب كراهية مصر والسعودية لها، وتؤيد مصر الحملة عليها وتصنفها هي والولايات المتحدة على أنها متطرفة إرهابية .

أبرز الحجج والبراهين لصورة حماس والمقاومة:

- استعدادات عالية جداً للمقاومة، وحماس تعمل أنفاقاً مثل حزب الله.
- حماس وحزب الله أكبر كارثة للمسلمين والعرب.
- كلما كان عدد الأطفال والشيوخ القتلى أكبر كان أفضل لحماس من أجل الدعاية.
- حماس هي المذنبة في التدهور في غزة.
- قادة حماس ليسوا شركاءنا في السلام.
- المسئولية في مأساة غزة ملقاة بقدر كبير على حماس.
- حماس منظمة آثمة متطرفة جعلت قطاع غزة منطقة إرهاب.
- حماس في حالة صعبة.
- حماس تطور نفسها من عصابة إلى منظمة إرهابية.
- حماس منظمة إجرامية إرهابية فاشية.
- حماس ليست منظمة محبوبة.
- حماس تستعد لهذه المعركة منذ أكثر من سنة.
- كلما ضربت حماس ضرباً أقوى فقد تستوعب أن توافق على شروط شديدة لوقف القتال.
- حماس باتت نادمة على أنها تخلت عن التهدئة.
- نظام حماس الإرهابي.
- زعماؤها يختبئون في أقبية المدراس.
- حماس نمر من ورق كبار قادتها يختبئون.

الجانب الإنساني للفلسطينيين:

لقد حصلت تغطية الوضع الإنساني في قطاع غزة على ضعف تكرار الحجج

والبـراهين للجـانب الإنـساني لـلإسرائيليين، لـم يكـن ذلك من باب التـعـاطف أو الخوف بل اعتمدت عليها في تبرير وصف حماس كحركة إرهابية، وإبراز حالة الحزن عندما توصف المشكلة بأن الفلسطينيين والإسرائيليين يعانون من عدو واحد هو الإرهاب، ورغم بشاعة وصف الإسـرائيليين لها إلا أن التبرير كـان جاهزاً: حماس تستخدم المدنيين كدروع بشرية، وقد تكررت الأرقام والإحصائيات عن القتلى الفلسطينيين، إلا أن المقارنة مع الدول المجاورة كانت حاضرة، فقد ذكر أحدهم بأن ?عدد ثلاثمائة قتلى هذا الرقم يقتل بشكل يومي في العراق بسبب المنظمات الإرهابية ?، وفي حادثة استهداف المدنيين في مدرسة الفاخورة بررت ذلك بأن حماس تستخدمهم كدروع بشرية، وأن إسرائيل في الكثير من الأحيان تكون مضطرة لقتل مدنيين لأن مقاتلي حماس يختبئون بينهم ويسببون لهم المشاكل، وعلى الرغم من ذكر حادثة مدرسة الفاخورة التي قتل فيها 40 فلسطينياً، وقتل 31 من أبناء عائلة السموني، وحادثة قصف منزل عائلة الداية التي قتل فيها 25 فلسطينياً، إلا أن كتّاب المقالات برروا هذه المجازر بأن الجيش لم يكن يقصدهم ولكن ظروف المعركة والازدحام السكاني هو العائق أمام عدم إصابتهم، ولم تتحدث الصحف عن استخدام الأسلحة المحرمة ولم يذكر الفسفور الأبيض إلا في مرتين في مقال عابر وعلى هامش الحديث عن الوضع الإنساني في غزة .

وركزت الصحف على التعاملات الإنسانية التي تقدمها الحكومة: كتوجيه إنذارات للسكان بإخلاء المساكن وترك مناطق الاشتباك، والحديث بشكل مفصل عن الهدنة الإنسانية التي قدمتها للفلسطينيين لمدة ثلاث ساعات خلال الحرب بشكل يومي، كذلك فتح المعابر والسماح بإدخال المواد الإنسانية لهم، وأن روايات حماس باطلة، وقد خلطت دائماً بين القتلى من الشرطة والمدنيين والمقاتلين.

أبرز الحجج والبراهين على الجانب الإنساني للفلسطينيين:

- قتلوا في أربعة أيام 375 شخصاً لم يميزوا بين حماس والأطفال.
- نصف القتلى مواطنون أبرياء.
- مليون ونصف إنسان يعيشون في غزة بكثافة في الفقر.
- هي عملية مأساوية تسبب موت مئات الفلسطينيين.

- أننا نريد فتح ممر إنساني لغزة.
- قتل جماعي للمدنيين.
- الرحمة على السكان الفلسطينيين البائسين الذين يتمزقون بيننا وبين حماس.
- ما الذي يجعلكم تتأثرون حين يقتل 300 فلسطيني بينما هذا هو عدد العراقيين الذين يقتلون كل يوم في العمليات الإرهابية.
- أهل غزة هم جيراننا، نعيش معهم إلى الأبد.
- السكان غير المشاركين في الإرهاب في غزة يعانون.
- قصف المدراس والمساجد في غزة وقتل عائلات كاملة وتدمير أحياء مكتظة.
- صبرا وشاتيلا أصبحت تحدث الآن في أزقة غزة.
- يسمح الجنود لسكان الحي بالمرور الإنساني لكي يتزودوا بالمواد الغذائية.
- أطفال جرحى وممزقي النظرات، نساء ينزفن ويبكين، رضع في ثلاجات الموتى.
- هذه الحرب هي أكثر الحروب قسوة ووحشية.
- إسرائيل تظهر سخاءً تجاه الفلسطينيين وتفتح لهم المعابر.

رسائل للفلسطينيين:

وجهت الصحف الإسرائيلية رسائل عدة للفلسطينيين وإن كانت محدودة إلا أنها كانت مقضبة جداً، وقد يعود ذلك إلى أن الصحف تصدر باللغة العبرية وهي في الغالب موجهة للمجتمع الإسرائيلي، وقد تم الفصل بين أطروحة الجانب الإنساني و أطروحة صورة حركة حماس والمقاومة رغم التداخل الكبير بينهما، ولكن الفصل يعود إلى أن بعض العبارات التي حملت تحريضاً للفلسطينيين على طرد حماس،ومحاولة الفصل بين فلسطينيي الضفة الغربية التي صورتهم بأنهم يعيشون في أمن ورغد اقتصادي ولم يخرجوا لمناصرة أهل قطاع غزة، وأعادوا ذلك إلى غياب حركة حماس، ولم تخلوا الرسائل من تحريض واسع على حركة حماس وضرورة الانقضاض الجماهيري عليها، والادعاء بأنهم شعب سلام

والمشكلة مع حماس، ويعتبر هذا أحد أساليب الحرب النفسية الإسرائيلية وهي التفرقة والتمييز بين مواطن يحب السلام وآخر إرهابي رغم أن الجميع مستهدف .

أبرز الحجج والبراهين على رسائل للفلسطينيين:

- يجب أن ترتجف الأرض تحتهم وأن يدركوا أنه يوجد ثمن لتحرشهم.
- ثمة من يستطيعون إنهاء سلطة حماس وهم الفلسطينيين.
- حرارة وغضب الجماهير هي التي تسقط حماس.
- المشكلة مع حركة حماس وليس معكم.
- المشكلة في حماس وليس فيكم لا نريد أن ندمر الشعب الفلسطيني.
- مصر تقف مع إسرائيل ضد حماس.
- يجب طرد وضياع الفلسطينيين، لا ينفع هم ونحن، إما هم أو نحن، القوي هو المنتصر.
- أطفال غزة هؤلاء هم الذين يتعين على إسرائيل أن تتوصل معهم إلى تسوية سليمة.

النتائج النهائية:

1. مارست الصحافة الإسرائيلية أساليب الحرب النفسية المتعددة سواءً للرأي العام الإسرائيلي أو الفلسطينيين.
2. انسجم أداء الصحافة الإسرائيلية انسجاماً شبه تام مع توجهات الحكومة الإسرائيلية والجيش والأجهزة الأمنية وهيئة الرأي العام في جميع الخطوات بداية من الضربة الجوية ثم العمليات البرية حتى وقف إطلاق النار.
3. مارست الصحافة الإسرائيلية أسلوب الإبهار من خلال الترويج لقوة أداء الجيش في الحرب على غزة وقدراتها القتالية في إصابة أهدافه وذكائه واعتماده على معلومات دقيقة.
4. مارست الصحافة الإسرائيلية أسلوب التضليل الإعلامي للجمهور الإسرائيلي عبر نقل وقائع ومعلومات غير صحيحة من قطاع غزة.

5. استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب التحريض حيث حرضت على حركة حماس والمقاومة الفلسطينية، وبوصفها حركة إرهابية متطرفة تسعى لتحويل قطاع غزة إلى بؤرة إرهابية، كما حرضت سكان القطاع والفلسطينيين على حركة حماس من خلال تحميلها المسؤولية عن الحرب والطلب منهم التصدي لها وإسقاطها.
6. استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب التفرقة والتمييز بين سكان قطاع غزة وحماس، وبين الدول العربية التي وقعت معاهدة سلام مع إسرائيل، فوصفت الدول العربية بالمعتدلة التي لا تحب حركة حماس المتطرفة.
7. استخدمت الصحافة أسلوب الإشاعة حيث أشاعت بأن المقاومين يطلقون الصواريخ من وسط السكان، وأنهم يستخدمون سكان القطاع كدروع بشرية، وأن قيادات حماس تختبئ في أقبية المدارس والمستشفيات، وأنها تركت المعركة للسكان وحدهم وهي هربت لتحمي نفسها.
8. استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب الدعاية من خلال الترويج لقدرات الجيش القتالية واستعداده لاحتلال قطاع غزة لسنوات طويلة، وأن أمن إسرائيل هو الهدف من هذه العمليات وأن الجيش سيستخدم القوة المفرطة ضد قطاع غزة.
9. كما استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب الدعاية في نقل الصورة الإنسانية للإسرائيليين والحالة النفسية التي يشعرون بها بسبب صواريخ المقاومة، كما استخدمتها في تكرار أسباب العملية العسكرية وحماية أمن إسرائيل.
10. استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب الاختزال عندما ركزت على مصطلحات واضحة ومحددة " حماس حركة إرهابية متطرفة"، " الحرب فرضت علينا"، " قوة الردع الإسرائيلية"، تكرار استخدام كلمة القدس وهو يقصد مقر الحكومة الإسرائيلية لترسيخ مفهوم القدس للإسرائيليين.
11. استخدمت الصحافة الإسرائيلية أسلوب التبرير فبررت أعمال القتل البشعة بحق الفلسطينيين، كما بررت أعمال الجيش الإسرائيلي من استخدام القوة المفرطة واستهداف المساجد والبيوت ومراكز إيواء اللاجئين، كذلك بررت استهداف الجيش للمدارس المكتظة بالسكان ومخازن الغذاء.

مراجع البحث السابع عشر

أحمد عدوان (2012) تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008–2009 دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة جامعة الأزهر.

أحمد فياض(2010) معالجة الصحافة الإسرائيلية للحرب على لبنان 2006 دراسة تحليلية مقارنة من الصحف اليومية رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، جامعة القدس أبوديس .

أمل جمال(2005) الصحافة والإعلام الإسرائيلي بين تعددية البنية المؤسساتية وهيمنة الخطاب القومي، بدون طبعة ,رام الله، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية.

حميدة سميسم (2005) الحرب النفسية، طبعة أولي، القاهرة، الدار الثقافية للنشر.

خضر عباس(2005) وسائل الإعلام الصهيوني والحرب النفسية ضد الدعوة والمقاومة والتصدي لها، مؤتمر الدعوة الاسلامية والمتغيرات المعاصرة، غزة، الجامعة الاسلامية بغزة–كلية اصول الدين.

رون شليفر(2003) الحرب النفسية الإسرائيلية ودور الإعلام، بدون طبعة، إسرائيل ، مركز بيغن – السادات للدراسات الاستراتيجية دراسات في أمن الشرق الاوسط، جامعة بار ايلان.

سعود المطيري (2000) مرتكزات وأساليب الدعاية الإسرائيلية في إذاعة صوت إسرائيل – رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض ,جامعة الملك سعود كلية الآداب قسم الإعلام الرياض.

صالح النعامي(2005) العسكر والصحافة في إسرائيل، طبعة أولي، القاهرة، دار الشروق.

عبد الهادي محمود الزيدي (2010) الحرب النفسية مفاهيم إعلامية وأحكام فقهيه، الطبعة الأولي ,بغداد، دار الفجر للطباعة النشر.

محمد محمود المصري(2004) الدولة العبرية والحرب النفسية، طبعة أولى، غزة، الرنتيسي لطباعة والنشر.

مصطفى الدباغ (1986) الحرب النفسية الإسرائيلية، طبعة أولي، الأردن، مكتبة المنار.

يسرائيل بن آري(2007) ,حرب لبنان الثانية من وجهة نظر المحللين في وسائل الإعلام المكتوب في إسرائيل، بدون طبعة، إسرائيل، مدرسة روتشل قيساريا للإعلام جامعة تل أبيب.

المساهمون

أ.د. محمد قيراط:

- العميد السابق لكلية الاتصال جامعة الشارقة، أستاذ العلاقات العامة والإعلام حاليا جامعة قطر.
- حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة إنديانا بالولايات المتحدة الأمريكية.
- ساهم في إنشاء العديد من برامج البكالوريوس والماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة في عدة جامعات كجامعة الجزائر وجامعة الإمارات العربية المتحدة وجامعة البيان وجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الشارقة.
- نشر أكثر من 60 بحثا علميا في مجلات علمية محكمة بالإنجليزية والعربية والفرنسية.
- نشر كتبا في الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة والإرهاب والإعلام.
- قام بعدة دراسات ميدانية عن سوسيولوجيا القائم بالاتصال في الجزائر والإمارات العربية المتحدة ودولة قطر.
- كما درس واقع العلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة وقطر.
- من الاهتمامات البحثية، العلاقات العامة وبناء الصورة وإدارة السمعة، الاتصال المؤسسي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات، الإعلام والربيع العربي، الإعلام الجديد وتحديات الديمقراطية في العالم العربي، الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي وكذلك العولمة الإعلامية والتبعية الإعلامية والانجراف الثقافي.

د. نورالدين الميلادي:

- حاصل على الماجستير والدكتوراه في الإعلام والاتصال من جامعة وستمنستر، لندن، ببريطانيا.
- قام بتدريس مادة الإعلام والصحافة منذ سنة 2001 في جامعات بريطانية مختلفة منها جامعة وستمنستر، جامعة ميدل اسّكس ولندن متروبولتن وجامعة نورثهامبتن.
- ساهم في تطوير برامج الماجستير والبكالوريوس في الإعلام والصحافة في جامعات مختلفة ببريطانيا.
- شغل ضمن لجنة الاعتماد الأكاديمي لبرنامج الاتصال الجماهيري لجامعة هارتفردشاير البريطانية بسنغافورة
- أشرف على عديد بحوث الماجستير والدكتوراه في الإعلام والإتصال ودعي كممتحن خارجي لرسائل الدكتوراه في نفس التخصص.
- عضو بكبرى الجمعيات الدولية في الإعلام والاتصال.
- يشغل الآن رتبة أستاذ مشارك في الإعلام والاتصال بكلية الآداب والعلوم بجامعة قطر.
- نشر عدة مقالات علمية في كتب ومجلات علمية محكمة في الإعلام والصحافة.
- شارك في عدة برامج حوارية وتلفزية وإذاعية.
- وهو رئيس تحرير مجلة علمية دولية محكمة باللغة الإنجليزية تعنى بدراسات الإعلام العربي.

أ.د. أديب خضور:

- رئيس قسم الإعلام بجامعة دمشق سابقاً، أستاذ الإعلام في قسم الدراسات العليا في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط (عمان، الأردن).
- حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة صوفيا في بلغاريا.
- درَّسَ في جامعة دمشق وفي عدة جامعات عربية في الجزائر والسعودية والأردن.
- أسهم الأستاذ في تصميم برامج بكالوريوس وماجستير ودكتوراه في عدة جامعات عربية.
- نشر 15 بحثاً قي مجلات علمية محكمة.
- كما أصدر 57 كتاباً (تأليفاً وترجمة) تغطي مختلف المجالات والوسائل الإعلامية.
- له إسهامات في مجال وضع وتنفيذ برامج التأهيل والتدريب الإعلامي.
- عميد سابق للأكاديمية الدولية للتأهيل والتدريب بدمشق.
- تشمل الاهتمامات البحثية قضايا التحرير الإعلامي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، والبرمجة الإذاعية والتلفزيونية، وعلم الاجتماع الإعلامي، والإعلام المتخصص، والاتجاهات الجديدة في الإعلان والعلاقات العامة.

أ.د. أشرف جلال:

- أستاذ الاذاعة والتيلفزيون بكلية الاعلام
- درس في جامعة القاهرة، وعمل كخبيرا اعلاميا معتمدا في عدد من المؤسسات الاعلامية والتدريبية .
- قام بالتدريس في الاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام وجامعة عين شمس وجامعة 6 أكتوبر وجامعة حلوان وجامعة المنصورة بمصر وجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بدولة الامارات وجامعة قطر.
- كما عمل مدير للتدريب بمؤسسة قطر ومدير للمشروعات التنموية مؤسسة قطر الخيرية ثم مستشارا للتنمية المحلية بها.
- ويعمل حاليا خبيرا اعلاميا بوزارة الداخلية القطرية بالإضافة الى التدريس كمنتدب بجامعة قطر .
- نشر 25 بحثا علميا في مجلات علمية محكمة عربية واجنبية ونال عنها 9 جوائز علمية منها جائزة افضل بحث علمي بعنوان (تحديد وتشخيص مشكلات المجتمع القطري) في المنتدي البحثي الثاني لمؤسسة قطر-2011
- له تسع كتب في المجالات الاعلامية المختلفة بالإضافة الى 86 حقيبة تدريبية في مجالات الإعلام والحملات الإعلامية والعمل التنموي.
- أشرف على انتاج ما يقارب 70 فيلما وثائقيا بمصر والإمارات وقطر
- من اهتماماته البحثية الحملات الاعلامية، والإعلام الجديد، وتغيير الاتجاه والسلوك، والتسويق الاجتماعي والإعلان، ويقوم بتحرير دوريتين علميتين محكمتين فضلا عن التحكيم في 11 دورية علمية عربية وعالمية.

أ.د. عمر عسوس:

- حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة نورث إيسترن بمدينة بوسطن، الولايات المتحدة الأمريكية، وشهادة الماستير من جامعة بوسطن
- درس كأستاذ مساعد في جامعة نورث إيسترن ثم أستاذ محاضر بجامعة عنابة (1985-92) والمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب(1992- 95) ثم أستاذ التعليم العالي بجامعة عنابة(1995-2001) و جامعة الإمارات العربية المتحدة (2001-2004) ثم جامعة قالمة بالجزائر.
- تقلد عدة مناصب علمية وإدارية كرئيس المجلس العلمي لمعهد العلوم الاجتماعية بعنابه (1985-92)، رئيس قسم العلوم الاجتماعية بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض ومدير معهد الاتصال بجامعة عنابة ورئيس اللجنة البيداغوجية الوطنية لعلوم الإعلام والاتصال و المجلس العلمي لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة قالمة ثم عميد لنفس الكلية من 2012 إلى الآن.
- أشرف على العديد من رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه وشارك في العديد من المؤتمرات والملتقيات العلمية داخل الوطن وخارجه
- نشر العديد من المقالات العلمية معظمها في المجالات الاجتماعية والثقافية والجريمة والانحراف.
- انتسب إلى عدة جمعيات علمية مثل الجمعية العربية لعلماء الاجتماع والجمعية الأمريكية للعدالة الجنائية.

د. رضوان سلامن:

- حاصل على شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر3 بالجزائر.
- يشغل حاليا أستاذا محاضرا بجامعة محمد خيضر-بسكرة، حصل على ماجستير في تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر.
- يشتغل حاليا كمسؤول لشعبة علوم الإعلام والاتصال بقسم العلوم الإنسانية بجامعة محمد خيضر-بسكرة.
- يملك خبرة في الممارسة الصحفية اكتسبها من عمله كصحافي متعاون بالإذاعية المحلية بسكرة، وقبلها كصحافي متربص بالتلفزيون الجزائري.
- شارك في العديد من المؤتمرات الدولية والوطنية، وله بعض المساهمات المنشورة باللغة العربية.
- مجال اهتماماته البحثية هي: الإعلام التنموي ودور وسائط الإعلام في إحداث التغيير الاجتماعي، السياسي، الثقافي، البيئي في بيئة العولمة والإعلام الجديد
- يهتم بدراسة الإعلام البيئي ورهانات التنمية المستدامة، وسائل الإعلام وإدارة الأزمات والكوارث الطبيعية والإنسانية.

د. خالد زعموم :

- حاصل على شهادة الدكتوراه والماجستير من جامعة السوربون بفرنسا في تخصص علوم الإعلام والاتصال.
- درس بالمعهد الأوروبي للاتصال والتكوين الثقافي بباريس، وجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بدولة الإمارات العربية المتحدة، وهو يدرس حاليا بكلية الاتصال بجامعة الشارقة.
- متعاون في مجال بحوث الإعلام والاتصال مع اتحاد إذاعات الدول العربية بتونس. كما أنه متعاون في مجال التدريب الإعلامي مع مركز تريم عمران التابع لصحيفة الخليج.
- نشر عدة دراسات وكتب في مجال الإعلام والعلاقات العامة.
- من أهم إهتماماته في مجال البحث العلمي: الإعلام والأزمات، وحملات التسويق الإجتماعي، وتوظيف السميولوجية في مجال الإعلام والعلاقات العامة، والاتصال التنظيمي.

د.يامين بودهان:

- حاصل على الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال 2010، بتقدير مشرف جدا.
- أستاذ مشارك في علوم الإعلام والاتصال، جامعة سطيف 2
- تخصص : علاقات عامة
- رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة سطيف 2، الجزائر.
- رئيس مجموعة بحث حول "الاتصال والتنمية"، المنتمية للوحدة الوطنية للبحث حول التنمية .
- رئيس الملتقى الوطني حول "سياسات الاتصال العمومي" ، المزمع عقده 23 أفريل 2014، بجامعة سطيف 2.
- عضو المجلس العلمي لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية، وعضو اللجنة العلمية بقسم علوم الاعلام بجامعة سطيف.
- شارك في عدد من المؤتمرات والملتقيات داخل الجزائر وخارجها. نشر دراسات عدة في عدد من المجلات المحكمة، أهمها : مجلة الاتصال و التنمية، مجلة العلوم الانسانية، مجلة الاذاعات العربية، مجلة المعلوماتية...ألف كتاب الشباب والانترنيتوتحولات الإعلام المعاصر.

د. مصطفى بخوش:

- حاصل على شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية من جامعة الجزائر.
- درس كأستاذ مساعد بجامعة بسكرة بالجزائر، ثم أستاذا مشاركا بجامعة الملك فيصل بالسعودية، قبل أن يلتحق بالجامعة السعودية الالكترونية في سبتمبر 2013.
- عضو بالجمعية العربية للعلوم السياسية
- يملك خبرة في مجال التخطيط الاستراتيجي اكتسبها من عضوية ورئاسة لجان اعداد خطط استراتيجية لجهات متعددة.
- شارك في العديد من المؤتمرات الدولية وله العديد من المساهمات المنشورة في مجلات دولية متخصصة ومحكمة.
- صدر له كتاب بعنوان: حوض البحر الأبيض المتوسط بعد نهاية الحرب الباردة، دراسة في الرهانات والأهداف. مجال اهتمامات البحثية الأساسي هو الدراسات الأمنية المرتبطة بالتحول في مفهوم الأمن الذي ترتب عن نهاية الحرب الباردة وانعكاساته على الترتيبات الجغرافية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في شكل إعادة هندسة جيوسياسية شاملة لها، كما يهتم أيضا بالدراسات الاستراتيجية خصوصا في بعدها النظري من خلال البحث في مستويات التحليل ومحاولة الوقوف على التقاطعات المشتركة بين الفكر الاستراتيجي في مستواه الكلي وفي مستواه الجزئي للتعرف على دور الفواعل الجدد من دون الدول في العلاقات الدولية.
- مهتم كذلك بدراسة دور وسائل الاعلام في البيئة الدولية الجديدة.

د. العربي بوعمامة:

- حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة وهران
- درس كأستاذ مساعد بجامعة وهران، قبل أن يلتحق بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم في 2006.
- عضو مؤسس لمخبر دراسات الاتصال والاعلام جامعة مستغانم .
- باحث مشارك بمركز البحوث الانتروبولوجية الاجتماعية وهران . حصل على ماجيستر في علم الاجتماع الاتصال من جامعة وهران، وعمل كمسؤول خلية الاعلام بجامعة مستغانم. ورئيس قسم الاعلام واللاتصال جامعة مستغانم منذ 2008 الى اليوم
- شارك في العديد من المؤتمرات الدولية وله العديد من المساهمات المنشورة ومنسق العديد من الملتقيات الدولية ومؤسس وسام بن باديس للثقافة والاعلام
- يقدم كل سنة كشخصية علمية نظير اسهاماته في المجال العلمي والثقافي
- رئيس تحرير مجلة دراسات اتصالية واعلامية يصدرها مخبر دراسات والاعلام جامعة عبد الحميد بن باديس
- مسؤول عن العديد من مشاريع التكوين على مستوى الليسانس والماستر والدكتوراه.
- مجال اهتمامات البحثية هو في الأساس علم الاجتماع الاتصال ووسائل الاعلام والمجتمع والاتصال السياسي.

أ. شهرزاد لمجد:

- إعلامية وأستاذة باحثة بجامعة عبد الحميد بن باديس(مستغانم، الجزائر).
- حاصلة على شهادة مهندس دولة في الإلكترونيك من جامعة هواري بومدين للعلوم والتكنولوجيا بالجزائر، وشهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر(3).
- بصدد تحضير الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر(3).
- تعمل في الحقل الإعلامي منذ 15 عاما.
- تنقلت بين عدد من الصحف الجزائرية منها: "الصباح الجديد"، و"الشروق اليومي"، و"المثقف" .ولها تجربة في مؤسسة الإذاعة الوطنية الجزائرية.
- تعمل حاليا كمعدة ومقدمة برامج بقناة "السلام" الجزائرية بالإضافة إلى مهامها كأستاذة مساعدة صنف(أ) بالجامعة.
- لها اهتمامات أدبية وشعرية وقد صدر لها ديوان شعري مشترك، ولها ديوان آخر قيد الطبع.
- ساهمت بالتنظيم والمشاركة في عدد من الملتقيات والمؤتمرات المحلية والدولية. ويتوجه اهتمامها البحثي خاصة إلى مجال الاتصال وإدارة الأزمات.

د. منصور لخضاري :

- أستاذ بقسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية بجامعة المسيلة سابقا، أستاذ محاضر بالمدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية بالجزائر حاليا.
- حاصل على شهادة دكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية بدرجة مشرف جدا من جامعة الجزائر 3 وبإشراف مشترك مع مركز البحوث في العلاقات الدولية الملحق بمعهد العلوم السياسية بباريس (فرنسا)، بعد مناقشة أطروحة موسومة "استراتيجية الأمن الوطني في الجزائر".
- كما له اهتمامات ونشاطات بحثية وعلمية متنوعة، من أوجهها نشر عدد من المقالات والدراسات في مجلات علمية محكمة وطنية ودولية، منها مقال منشور بمجلة "شؤون الأوسط" بعنوان "الامتدادات الجيوسياسية للأمن الوطني في الجزائر"، ومقال منشور بمجلة "البحوث والدراسات العلمية- جامعة المدية (الجزائر)" بعنوان "الأزمة الليبية وانعكاساتها على الساحل الإفريقي"، ومقال عنوانه "الساحل الإفريقي وبناء الأمن الوطني في الجزائر" منشور في كتاب ضم مجموعة من المقالات لعدد من الأساتذة الباحثين، ومقال منشور بمجلة "فكر ومجتمع- جامعة الجزائر 3" بعنوان "التحديات الأمنية في منطقة البحر المتوسط"
- مداخلة بعنوان "تأثير المهددات اللاتماثلية للأمن على رهانات تحقيق الأمن الوطني للدولة" منشورة في كتاب ضم مجموعة منتقاة من المداخلات المشارك بها في "مؤتمر الدولة بين الماضي والمستقبل"
- دراسة تحت الطبع في سلسلة "دراسات استراتيجية" بمركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية بعنوان (تطور "ظاهرة الإرهاب" في الجزائر: من الصعيد الوطني إلى الصعيد العبر وطني".
- كما له العديد من المشاركات في ندوات ومؤتمرات علمية وطنية ودولية داخل الجزائر وخارجها.

د. عبد الصادق حسن عبد الصادق:

- حاصل على شهادة الدكتوراه من كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- درس كأستاذ مساعد بجامعة النهضة بجمهورية مصر العربية، ثم بالجامعة الأهلية بمملكة البحرين
- معهد الجزيرة العالي للإعلام بجمهورية مصر العربية.
- مجال اهتماماته البحثية هو في الأساس الإعلام الجديد في العديد من المجالات مستخدماً العديد من نظريات الإعلام مثل : التعرض لألعاب الفيديو جيم الإلكترونية وعلاقته بالعنف لدى المراهقين اتجاه الشباب الجامعي العربي نحو العلاقة بين التعرض لموقع الفيس بوك والهوية الثقافية إدراك المراهقين لمخاطر المضامين الإباحية بالهاتف الخلوي، اعتماد الشباب الجامعي على الإعلان الإلكتروني كمصدر لاتجاهاته الشرائية، العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي البحريني لتقنيات الهاتف الخلوي وعلاقته بمستوى معرفتهم نحو الأحداث الجارية،معالجة مواقع الصحف العربية الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012 .
- أشرف على العديد من الرسائل العلمية في العديد من مجالات الإعلام مثل الصحافة والإذاعة والتليفزيون والعلاقات العامة والإعلام الجديد.
- محكم لمجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية بجامعة الكويت.

د. إبراهيم محمود المصري :

- حاصل على دكتوراه في الإعلام والعلاقات العامة من قسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس عام 2013م ، وعضو في نقابة الصحفيين الفلسطينيين .
- درس كأستاذ مساعد في العلاقات العامة والإعلام بكلية الاتصال والإعلام بجامعة فلسطين والمشاركة في العديد من الدورات والمحاضرات في مجال العلاقات العامة والإعلام والتسويق في مؤسسات المجتمع المدني، ودرس كمحاضر في كليات الإعلام بجامعتي الأقصى والأزهر.
- شارك في العديد من مؤتمرات منها مؤتمر للجامعة الإسلامية بحث بعنوان "مدى استثمار دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الشبكات الاجتماعية لتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الطلبة" وشارك في مؤتمر جامعة القدس المفتوحة ببحث بعنوان "تأثير الإعلان على السلوك الشرائي لدى الطفل الفلسطيني" وفي جامعة فلسطين بحث بعنوان "طموحات وآراء المخرجين الفلسطينيين نحو مستقبل السينما الفلسطينية"

الدكتور جهاد الغرام :

- رئيس قسم الاعلام والاتصال بجامعة د.يحي فارس بالمدية سابقا، أستاذ علوم الاعلام والاتصال حاليا بجامعة المدية بالجزائر ورئيس المجلس العلمي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- حاصل على شهادة دكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية من جامعة الجزائر .
- ساهم في انشاء مشاريع ليسانس وماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص إذاعة وتلفزيون وتخصص اتصال وعلاقات عامة .
- درس إدارة الاعمال ومناهج بحوث الاعلام والاتصال بجامعة المدية، ترأس مشروع للبحث الجامعي بجامعة المدية، كلف بعضوية لجنة تحكيم بالمجلة العلمية "البحوث والدراسات العلمية" الصادرة عن جامعة المدية، وعضوية لجنة علمية بالمجلة الدولية "العلوم الاجتماعية والإنسانية" الصادرة عن جامعة المسيلة. الجزائر.
- ترأس العديد من الملتقيات الدولية والوطنية، شارك في العديد منها.
- نشر العديد من البحوث العلمية في مجلات محكمة.
- من الاهتمامات البحثية التشريعات الاعلامية وقطاع السمعي البصري في الجزائر، الاعلام والتنشئة السياسية في الوطن العربي، العولمة والتغيير الاجتماعي والسياسي في الوطن العربي، الثقافة السياسية العربية وتحديات عملية الإصلاح.

د. أعمر يوسفي:

- حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة الجزائر 3
- درس كأستاذ مؤقت بجامعة الجزائر 3 من 2004-2008، ليتم تثبيته كأستاذ محاضر أ بقسم الإعلام بجامعة الجزائر 3 منذ 2009.
- باحث في مجال التكنولوجيات الحديثة للاتصال .
- تحصل على شهادة الماجستير تخصص : اقتصاديات مؤسسات و تكنولوجيات الحديثة للاتصال بجامعة الجزائر 3، وعمل كمسئول منسق الماستر بجامعة الجزائر 3 . ثم رئيس قسم الاتصال بكلية الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3،
- خبرة في العمل الصحفي اكتسبها من عمله كصحافي بجريدة اليوم الجزائرية.
- شارك في العديد من المؤتمرات الدولية و الوطنية وله العديد من المساهمات المنشورة مجال اهتماماته البحثية هو في الأساس التكنولوجيات الحديثة للاتصال، والإخراج الصحفي و يهتم بالجانب الثقافي للسميولوجيا، و كذا له اهتمام كبير بالجوانب السياسية للإعلام، خاصة الإعلام الالكتروني، و ما افرزه هذا الأخير من تداعيات على الساحة العالمية . بالإضافة الى الجانب التكنولوجي للإعلام،
- يهتم بالاتصال الاستراتيجي والتسويق الالكتروني للمؤسسات الاقتصادية والخدماتية وللدكتور يوسفي اهتمام كبير بالحكومة الالكترونية، و سبق و أن نشرت له بحوث في هذا الحقل، كما أن كان كاتب عمود بجريدة اليوم الجزائرية بعنوان نبضات فكر
- يهتم فيه بالجوانب السياسية الخاصة بالعالم العربي و الظواهر المؤثرة في الحراك الاجتماعي للدول النامية، مع التركيز على الحلول و اقتراح استراتيجيات المواجهة والعمل على توحيد الجهود لهاته الدول قصد التنمية والرقي .

د. مي عبد الغني:

- حاصلة على شهادة الدكتوراه من جامعة أم درمان الإسلامية في السودان
- عضو هيئة تدريس بجامعة بنغازي
- تتملك خبرة في الممارسة الصحفية من خلال عملها في صحيفة الشمس وبعض المواقع الالكترونية
- شاركت في مؤتمر المناطق الحرة في ليبيا عام 2010 ببحث بعنوان المناطق الإعلامية الحرة : دراسة للمناطق الإعلامية الحرة في جمهورية مصر العربية ودولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة الأردنية الهاشمية.
- مجال اهتمامات البحثية هو في الأساس الإعلام الدولي في بعده المرئي والمسموع وتأثير التغيرات العالمية والإقليمية على تنوع أدواره ووظائفه إضافة إلى تأثيرات وسائل الإعلام الجديد في المجتمع وعلاقة تلك الوسائل بوسائل الإعلام التقليدية.

الأستاذة فطيمة بوهاني :

- أستاذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر (03)
- حاصلة على شهادة الماجستير في تخصّص اتصال الأزمات بتفوق
- تعمل حاليا على إنهاء أطروحة الدكتوراه في نفس التخصّص.
- درّست في جامعة الـ (08) ماي (1945) بقالمة، لتلتحق بعدها بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، تعمل كأستاذة محاضرة لدى مدارس الجيش الوطني الشعبي منذ (2013)
- اعتمدت مديرةً في الجزائر للأكاديمية الدولية للتدريب والتطوير ITDA ببريطانيا منذ (2012)، وتحصلت على العضويّة الشرفيّة في مجلس إدارتها في ذات السنة
- كما عُيِّنت ممثلة في الجزائر لأكاديمية لـــ MarcomAcademyبعد مشاركتها في المؤتمر الدولي الأول للأكاديميين والإعلاميين العرب ببريطانيا (2011)
- شغلت منصب مكلف بالإعلام والاتصال بالوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث العلمي وتطوير التكنولوجيا بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالجزائر في (2009)
- تحصلت الأستاذة على عضوية المجلس الدولي (ماي 2013)، كما وأنّها عضوة ناشطة في جمعية تجمّي الإنسانية الثقافية بغرداية منذ (2009).

الأستاذ حمزة إسماعيل أبوشنب :

- **طالب ماجستير صحافة في الجامعة** الإسلامية بغزة. حاصل على بكالوريوس صحافة وإعلام
- قدم العديد من أوارق العمل في المجالات السياسية والإعلامية، فقدم ورقة عمل بعنوان " تقنيات التواصل الاجتماعي الاستخدامات والميزات ضمن فعاليات منتدى العلاقات العامة والإعلان 2012, وورقة عمل بعنوان – الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية" الجامعة الإسلامية 2013، كما أعد ورقة عمل بعنوان مناهج تحليل الخطاب أنواعه وأدواته مع نماذج تطبيقية – الجامعة الإسلامية 2013 . كما شارك في ورقة عمل بعنوان الاتجاهات الحديثة في التحرير الصحافي – مشاركة في ورشة عمل الجامعة الإسلامية 2014
- قدم العديد من أوارق العمل السياسية في مراكز الأبحاث الفلسطينية
- نشر العشرات من المقالات التحليلية والرأي في الصحف المطبوعة والمواقع الإلكترونية العربية
- يحل ضيف كمحلل سياسي على العديد من القنوات الفضائية العربية والمحلية والدولية.
- مجال اهتماماته هي البحوث الإعلامية والسياسية والمتربطة في الصراع العربي الإسرائيلي كالحرب النفسية والمصطلحات الإسرائيلية في الإعلام العربي والخطاب الفلسطيني اتجاه الاحتلال، وخطاب الاحتلال اتجاه العرب .